



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE LA PRESIDENCIA, RELACIONES CON LAS CORTES
Y MEMORIA DEMOCRÁTICA

Comisión de Publicidad y
Comunicación Institucional

PLAN 2023

de Publicidad y Comunicación Institucional

Índice

I.	Introducción.....	3
II.	Datos principales y distribución por ministerios.....	6
III.	Prioridades de publicidad y comunicación.....	8
IV.	Distribución por objetivos.....	10
V.	Ranking de campañas.....	13
VI.	Distribución de las herramientas de comunicación.....	14
VII.	Difusión y población de las campañas.....	15
VIII.	La Publicidad Institucional en los Presupuestos Generales del Estado.....	16
IX.	Principales magnitudes y su evolución.....	18
X.	Conclusiones.....	23
XI.	Campañas comerciales no sujetas a la Ley 29/2005.....	24
	Anexos.....	27
	Anexo I: Campañas institucionales por ministerio y centro.....	28
	Anexo II: Campañas institucionales por ministerio y coste.....	31
	Anexo III: Relación de campañas institucionales 2023.....	39
	Presidencia del Gobierno.....	39
	Presidencia, Relaciones con las Cortes y Memoria Democrática.....	40
	Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación.....	41
	Justicia.....	42
	Defensa.....	46
	Hacienda y Función Pública.....	46
	Interior.....	47
	Transportes, Movilidad y Agenda Urbana.....	51
	Educación y Formación Profesional.....	53
	Trabajo y Economía Social.....	54
	Industria, Comercio y Turismo.....	57
	Agricultura, Pesca y Alimentación.....	59
	Política Territorial.....	62
	Transición Ecológica y el Reto Demográfico.....	63
	Cultura y Deporte.....	79
	Asuntos Económicos y Transformación Digital.....	85
	Sanidad.....	88
	Derechos Sociales y Agenda 2030.....	91
	Ciencia e Innovación.....	95
	Igualdad.....	97
	Consumo.....	99
	Inclusión, Seguridad Social y Migraciones.....	102
	Universidades.....	103

Anexo IV: Relación de campañas comerciales 2023.....	106
Presidencia, Relaciones con las Cortes y Memoria Democrática	106
Hacienda y Función Pública	106
Transportes, Movilidad y Agenda Urbana	111
Industria, Comercio y Turismo	117
Agricultura, Pesca y Alimentación.....	118
Transición Ecológica y el Reto Demográfico.....	119
Cultura y Deporte	119
Asuntos Económicos y Transformación Digital	120
Universidades	121

I. Introducción

La **Comisión de Publicidad y Comunicación Institucional**, órgano colegiado adscrito a la Secretaría de Estado de Comunicación de Presidencia del Gobierno, tiene atribuidas la planificación, asistencia técnica, evaluación y coordinación de las actividades de publicidad y comunicación que lleve a cabo la Administración General del Estado (AGE) y las demás entidades integrantes del sector público estatal. Así se establece en la Ley 29/2005, de 29 de diciembre, de Publicidad y Comunicación Institucional que especifica que dicha Comisión **elaborará anualmente un Plan** en el que se incluirán todas las campañas institucionales que prevea desarrollar la AGE y sus entidades adscritas, a partir de las propuestas recibidas de todos los ministerios.

El **Plan anual** de Publicidad y Comunicación Institucional, elaborado por la Comisión, **debe especificar, como mínimo** (Ley 29/2005 y RD 947/2006), el objetivo, coste previsible, periodo de ejecución, herramientas de comunicación, sentido y destinatarios de los mensajes, organismos y entidades afectados y las medidas para garantizar la accesibilidad de las personas con discapacidad de cada una de las campañas incluidas en él, debiendo ser aprobado por el Consejo de Ministros. Cabe señalar que algunas de las campañas planificadas están vinculadas a novedades legislativas o a eventos que no tienen fecha definida por lo que en algunas de ellas los periodos de ejecución son muy amplios, o llevan la leyenda “a determinar”. Algo similar ocurre con las herramientas de comunicación a utilizar como soportes de las campañas, de ahí que haya campañas en las que se especifican las herramientas y otras en las que quedan, todas o parte de las mismas, por determinar. Por tanto, el Plan debe entenderse como una previsión de carácter estimativo susceptible de modificación por los organismos y entidades responsables de la ejecución de las campañas, siempre que no se altere la esencia y los objetivos de las mismas. Estos extremos se concretan a la hora de la contratación y se recogen en el Informe anual de Publicidad y Comunicación institucional que aprueba el Consejo de Ministros y se envía a las Cortes Generales cada año.

La Ley 29/2005 no se aplica a las campañas de carácter industrial, comercial o mercantil que tengan previsto llevar a cabo los departamentos ministeriales de la AGE y demás entidades integrantes del sector público estatal para el cumplimiento de sus fines, ni tampoco a las disposiciones normativas, resoluciones y actos administrativos o judiciales y demás información sobre las actuaciones públicas que deban difundirse por mandato legal. No obstante, este plan anual dedica un capítulo y un anexo a esta información.

La **Ley define como campaña institucional de publicidad**, toda actividad orientada y ordenada a la difusión de un mensaje u objetivo común, dirigida a una pluralidad de destinatarios, que utilice un soporte publicitario pagado o cedido y sea promovida o contratada por alguno de los sujetos enunciados en su artículo primero.

La Ley de Publicidad y Comunicación Institucional dispone que el Gobierno elaborará anualmente un plan de publicidad y de comunicación institucional.

El presente Plan es el decimosexto desde que se promulgó la Ley

La Ley 29/2005 atribuye a la Comisión de Publicidad y Comunicación Institucional la planificación, asistencia técnica y coordinación de las actividades de publicidad y comunicación que lleve a cabo la AGE

Las campañas institucionales de publicidad y de comunicación deben cumplir una serie de requisitos para ser promovidas o contratadas

Y como campaña institucional de comunicación, la que, utilizando formas de comunicación distintas de las estrictamente publicitarias sea contratada por alguno de los sujetos enunciados en el mismo artículo para difundir un mensaje u objetivo común a una pluralidad de destinatarios.

En su artículo tres, la Ley de Publicidad y Comunicación Institucional establece que sólo se podrán realizar campañas institucionales cuando concurren razones de interés público y en el ejercicio de sus competencias; contribuirán a fomentar la igualdad entre hombres y mujeres respetando la diversidad social y cultural presente en la sociedad; y se ajustarán siempre a las exigencias derivadas de los principios de interés general, lealtad institucional, veracidad, transparencia, eficacia, responsabilidad, eficiencia y austeridad en el gasto. Por otro lado, **en su artículo cuarto, la Ley prohíbe** expresamente aquellas campañas institucionales que tengan como finalidad destacar los logros de gestión o los objetivos alcanzados; que incluyan mensajes discriminatorios, sexistas o contrarios a los principios, valores y derechos constitucionales; y que inciten, de forma directa o indirecta, a la violencia o a comportamientos contrarios al ordenamiento jurídico. Asimismo, los mensajes o la presentación de las campañas institucionales de publicidad y de comunicación no podrán inducir a confusión con los símbolos, ideas, expresiones, diseños o imágenes empleados por cualquier formación política u organización social; y, de igual manera, no se podrán difundir campañas institucionales que no se identifiquen claramente como tales y que no incluyan la mención expresa de la Administración o entidad promotora o contratante.

La Ley 29/2005 contempla, asimismo, como objetivos prioritarios garantizar la **utilidad pública** de las campañas institucionales, la **profesionalización**, la **transparencia** y la **lealtad institucional**. De esta forma el artículo 7 establece garantías concretas para asegurar que las campañas institucionales de publicidad y de comunicación sean efectivamente **útiles** a los ciudadanos y no al gobierno que las promueve. A tal fin la Ley prohíbe, respecto a la **lealtad institucional**, las campañas que menoscaben, obstaculicen o perturben las políticas públicas o cualquier actuación realizada por otro poder público; garantiza la **profesionalización** de la planificación, ejecución y evaluación de las campañas para así asegurar la máxima eficacia y aprovechamiento de los recursos públicos; y, por último, para fortalecer la **transparencia** de las campañas habilita fórmulas que den a conocer todas las actividades de publicidad y de comunicación, incorporando instrumentos de control previo y encomendando a la Comisión de Publicidad y Comunicación Institucional la elaboración de un Plan anual que será aprobado por el Consejo de Ministros, y en el que se incluirán todas las campañas institucionales que prevea desarrollar la AGE.

De acuerdo con este mandato legal, se presenta el **decimosexto Plan de Publicidad y Comunicación Institucional** desde la publicación de la Ley 29/2005. El primer plan se aprobó en 2007 y en el año 2016 no se aprobó el Plan de Publicidad y Comunicación Institucional correspondiente, al estar el Gobierno en funciones.

El artículo 4 de la Ley 29/2005 enumera los supuestos en los que no se podrán promover o contratar campañas institucionales

La Ley 29/2005 establece cuatro objetivos prioritarios en materia de publicidad y comunicación institucional: utilidad pública, profesionalización, transparencia y lealtad institucional

En este Plan 2023 se incluyen el objetivo y sentido de los mensajes, los destinatarios de las campañas, su coste previsible, periodo de ejecución, herramientas de comunicación a utilizar, organismos y entidades afectadas, difusión, idioma, evaluación y aplicación presupuestaria, así como las medidas adoptadas para garantizar la accesibilidad de las personas con discapacidad

El presente Plan recoge cada campaña institucional cuya contratación se prevé realizar durante el año 2023, además de la información que exige el artículo 12 de la Ley (Anexo III), relativa a la difusión, idioma, evaluación y aplicación presupuestaria a la que se imputa cada iniciativa de publicidad y comunicación institucional.

A su vez, la Ley señala que cuando por motivos sobrevenidos deban realizarse campañas institucionales de publicidad y comunicación no recogidas en este Plan (artículo 13 de la Ley 29/2005 y artículo 11.4 del Real Decreto 947/2006), y para garantizar que el objetivo de la transparencia se mantiene a lo largo de todo el ejercicio, el órgano o entidad que promueva o controle la campaña habrá de recabar la autorización del titular del departamento previa comunicación a la Comisión, el cual posteriormente dará cuenta de la autorización concedida al Consejo de Ministros. En resumen, **el presente Plan recoge las previsiones y la planificación para el año 2023** en materia de publicidad y comunicación institucional de todos los ministerios y de los organismos y entidades a ellos adscritos. Las campañas incluidas en este Plan han sido comunicadas a la Comisión, por parte de todos los departamentos ministeriales, con una finalidad puramente informativa y planificadora, dado que las distintas campañas se concretarán en el momento en que se lleve a cabo su contratación y la elaboración del plan de medios correspondiente.

Los compromisos de gasto asumidos por los departamentos ministeriales, sus organismos y entidades adscritas, para la realización de las actividades incluidas en el presente Plan, **estarán**, en todo caso, **condicionados por las disponibilidades presupuestarias** con que cuenten los mismos durante el ejercicio 2023 (las establecidas en la Ley 31/2022, de 23 de diciembre, de Presupuestos Generales del Estado para el año 2023).

En el **capítulo IX** se incluye la **evolución de las principales magnitudes desde el año 2007**, año de elaboración del primer Plan de Publicidad y Comunicación Institucional. Esta evolución demuestra el esfuerzo llevado a cabo para compaginar la eficacia y la eficiencia de las campañas planificadas y la austeridad en el gasto. En este sentido, es muy significativa la **reducción de la previsión presupuestaria** dedicada a esta materia desde el año 2007 hasta el presente Plan (45,54% de disminución del presupuesto del año 2023 con respecto al año 2007 en campañas institucionales; 26,95% de disminución en idénticos periodos considerando conjuntamente las campañas institucionales y las comerciales).

Por último, y aunque no entran dentro del ámbito de aplicación de la Ley de Publicidad y Comunicación Institucional, el Plan reserva unos apartados (capítulo XI y anexo IV) en los que se recogen las campañas de carácter comercial, industrial o mercantil que llevará a cabo la AGE durante el año 2023.

La ley garantiza el objetivo de la transparencia incluso cuando deban realizarse campañas sobrevenidas

En el año 2023 se reduce la previsión presupuestaria dedicada a publicidad institucional en un 45,54% con respecto al año 2007

En un apartado final se recogen las campañas de carácter comercial, industrial o mercantil que se llevarán a cabo en el año 2023

II. Datos principales y distribución por ministerios

La Administración General del Estado llevará a cabo durante el año 2023 un total de **193 campañas** de publicidad institucional, con un **coste total previsto de 145.985.970 euros**.

Los ministerios que llevarán a cabo un número mayor de campañas (10 o más, ver cuadro 2.1) serán Transición Ecológica y el Reto Demográfico con 53, lo que representa un 27,46%, Cultura y Deporte con 17 campañas, el 8,81%, Interior con 12 el 6,22%, Trabajo y Economía Social con 11, un 5,7% y Sanidad con 10, un 5,18%.

Por tanto, en cuanto al número de campañas se refiere, los seis ministerios mencionados realizarán el 59% de las campañas de publicidad institucional.

En cuanto al **peso inversor de las campañas** a realizar, destacan (por encima del 10% del presupuesto total) los ministerios de Asuntos Económicos y Transformación Digital con el 14,82% (21.641.650 euros), Igualdad con el 12,34% (18.021.930 euros), Agricultura, Pesca y Alimentación con un 10,72% (15.654.459 euros) y Transición Ecológica y el Reto Demográfico con el 10,51% (15.349.412 euros).

La inversión prevista de estos cuatro ministerios relacionados suma el 48,41% del total de la inversión prevista en publicidad institucional para 2023.

En el año 2023 se realizarán 193 campañas de publicidad institucional por importe de 145,98 millones de euros

Transición Ecológica y el Reto Demográfico será en el año 2023, el ministerio que lleve a cabo mayor número de campañas (53)

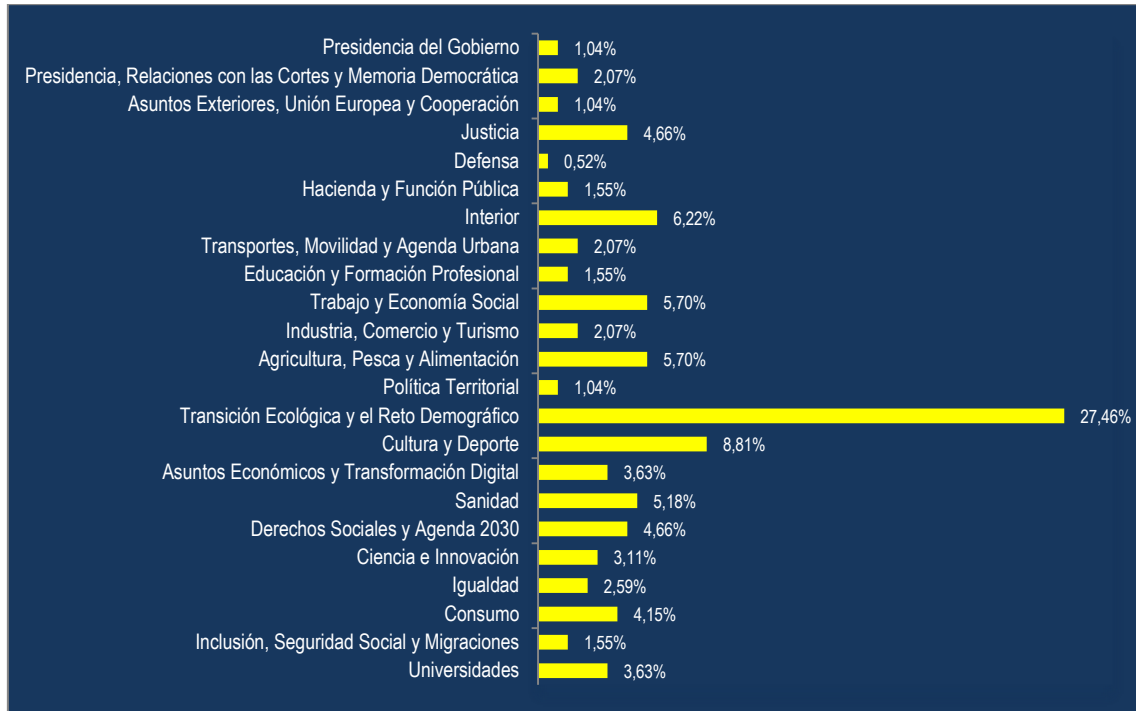
La inversión prevista del Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital representa el 14,82% del total de la inversión.

Cuadro 2.1

Ministerio	Campañas Institucionales			
	Número	%	Presupuesto	%
Presidencia del Gobierno	2	1,04%	35.000	0,02%
Presidencia, Relaciones con las Cortes y Memoria Democrática	4	2,07%	1.500.000	1,03%
Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación	2	1,04%	22.000	0,02%
Justicia	9	4,66%	1.173.600	0,80%
Defensa	1	0,52%	75.000	0,05%
Hacienda y Función Pública	3	1,55%	9.943.798	6,81%
Interior	12	6,22%	11.272.000	7,72%
Transportes, Movilidad y Agenda Urbana	4	2,07%	2.762.860	1,89%
Educación y Formación Profesional	3	1,55%	2.150.000	1,47%
Trabajo y Economía Social	11	5,70%	3.998.000	2,74%
Industria, Comercio y Turismo	4	2,07%	4.301.960	2,95%
Agricultura, Pesca y Alimentación	11	5,70%	15.654.459	10,72%
Política Territorial	2	1,04%	22.000	0,02%
Transición Ecológica y el Reto Demográfico	53	27,46%	15.349.412	10,51%
Cultura y Deporte	17	8,81%	13.818.281	9,47%
Asuntos Económicos y Transformación Digital	7	3,63%	21.641.650	14,82%
Sanidad	10	5,18%	5.150.700	3,53%
Derechos Sociales y Agenda 2030	9	4,66%	6.585.000	4,51%
Ciencia e Innovación	6	3,11%	381.020	0,26%
Igualdad	5	2,59%	18.021.930	12,34%
Consumo	8	4,15%	3.037.000	2,08%
Inclusión, Seguridad Social y Migraciones	3	1,55%	8.796.300	6,03%
Universidades	7	3,63%	294.000	0,20%
TOTAL	193	100,00%	145.985.970	100,00%

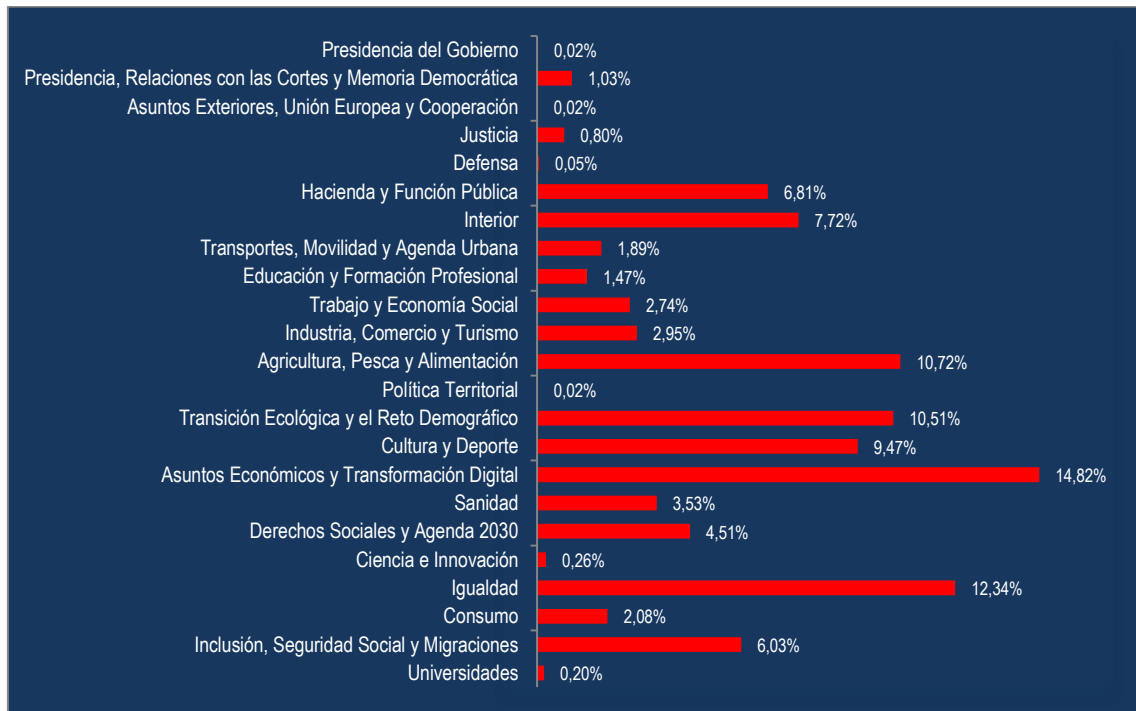
Número de campañas. Total: 193

Gráfico 2.2



Presupuesto total: 145.985.970

Gráfico 2.3



III. Prioridades de publicidad y comunicación

Las **prioridades** de la Administración General del Estado en materia de publicidad y comunicación institucional en el año 2023 en cuanto a inversión, serán las siguientes:

- **Promoción en materia de derechos y deberes de los ciudadanos:** potenciar el conocimiento de las oportunidades que ofrece el Plan de Recuperación; información en materia de seguridad vial; **derecho de sufragio**; acciones formativas sobre pensiones y **nueva cotización autónomos**; derechos de las personas consumidoras; sobre fiscalidad; becas; **ayudas para la reconstrucción de la isla de La Palma**; sensibilización sobre los valores democráticos; relaciones entre el ciudadano y la Administración de Justicia; derechos de la mujer, del colectivo LGTBI y el colectivo de personas con discapacidad en el deporte; promoción de la igualdad, **contra la violencia de género**, promoción del buen trato hacia la infancia; cambio de modelo de cuidados de larga duración; sensibilización sobre los servicios sociales públicos; no discriminación; **trabajo con derechos**, nueva **Agencia Española de Empleo**, labor y planes de choque de las **ITSS**; contra la vulneración de derechos de propiedad intelectual; cohesión territorial o ayudas de la PAC; que suponen un 43,61% del coste previsto.
- **Promoción de hábitos saludables y seguros para la ciudadanía y el cuidado de su entorno:** promoción de la vacunación estacional, prevención del tabaquismo, VIH y consumo de alcohol; **salud mental**, uso prudente de los antibióticos; promoción de la donación de plasma; prevención frente al “juego de apuestas” y riesgos del juego en los más jóvenes; seguridad en el trabajo; antifalsificación; **transición energética**; educación ambiental; cuidado de los ríos y buen uso del agua; lucha contra la sequía y el cambio climático; **contra el fuego**; **consumo sostenible y responsable**, **reparabilidad** de los bienes de consumo; alimentación saludable; **promoción de los alimentos de España y apoyo a los sectores agroalimentario y pesquero**; con el 25,9% del presupuesto.
- **Apoyo al desarrollo de nuevas tecnologías:** plataforma de **asesores AKIS**; **Hub de Innovación Digital** para empresas del sector agroalimentario; Programa **Kit Digital**; ciudades inteligentes; Generación D; **Universalización de las infraestructuras digitales para la Cohesión 2022-2023**; Agenda España Digital 2026; concienciación en ciberseguridad; ayudas para estimular la I+D Empresarial, publicidad del **proyecto iSAR** (programa de innovación de salvamento marítimo). Esta partida alcanza el 13,82% de las previsiones presupuestarias.
- **Promoción del turismo y la cultura:** incentivar el consumo de cultura (renacimiento cultural y **bono cultural joven**); promocionar la nueva Galería de las Colecciones Reales, dar a conocer los espacios culturales recuperados por la Fundación Ciudad de la Energía; difundir el **año de investigación Santiago Ramón y Cajal**; la red caminos naturales de España; las diversas efemérides de los ejércitos y la Armada; la programación de la Filmoteca Española; fomentar la **lectura**, promocionar el **cine español y la moda**; difundir la convocatoria de premios nacionales: **investigación, innovación y diseño**, televisión; creatividad del juguete, diseño de moda, que alcanza el 9,66% de las previsiones.
- **Conocimiento por parte de la ciudadanía de las infraestructuras y medios de transporte público:** publicidad en materia de transporte público, vivienda, desarrollo territorial del entorno del embalse de Yesa, con el 1,44% del presupuesto.
- **Campañas sobre la oferta de empleo público:** difusión convocatoria de plazas en ENAIRE de control aéreo, técnicos de mantenimiento, etc., acceso a los cuerpos específicos de seguridad social y preparación para cuerpos de Justicia. Esta partida supone el 0,21%.
- **Otras prioridades**, carnet joven europeo, Eurodesk, Plan de Seguros Agrarios, cambio modelo de servicios del Registro Civil, conmemoraciones, etc, a las que se destinará el 5,36% del coste previsto.

Promoción de los derechos y deberes de los ciudadanos, de los hábitos saludables y seguros para la ciudadanía y el cuidado de su entorno y el apoyo al desarrollo de nuevas tecnologías son las tres prioridades que suponen el 83,33% de la inversión prevista para 2023

Gráfico 3.1

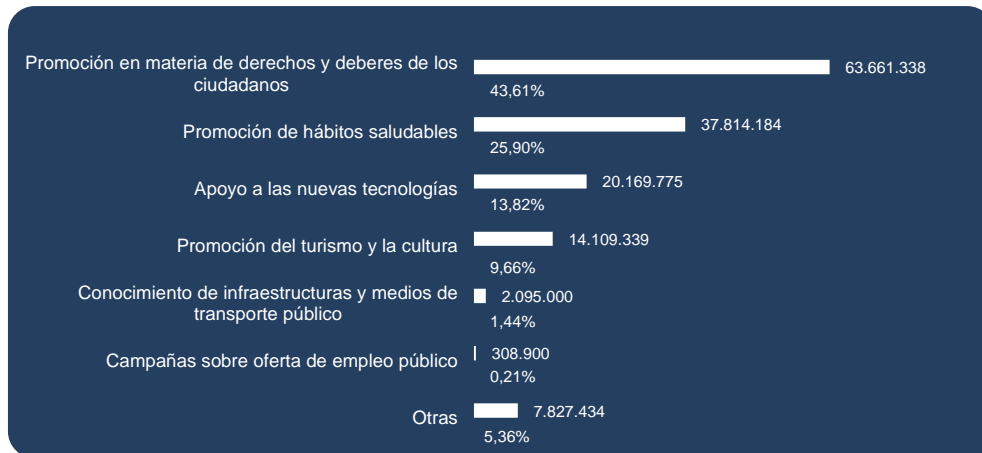
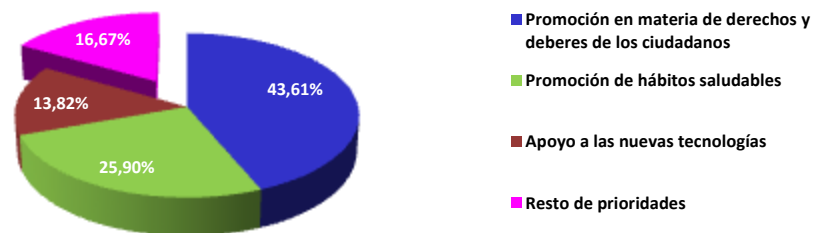


Gráfico 3.2

Principales prioridades según la inversión prevista



En términos de inversión destacan tres prioridades: *promoción en materia de derechos y deberes de los ciudadanos*, *promoción de hábitos saludables y seguros para la ciudadanía y el cuidado de su entorno* y *apoyo al desarrollo de nuevas tecnologías*, que acumulan un 83,33% de la inversión prevista.

Sin embargo, **en cuanto al número de campañas**, ocupa el primer lugar la promoción de hábitos saludables y seguros con 76 campañas, le siguen la promoción en materia de derechos y deberes con 48 campañas y el tercer puesto con 27 campañas lo ocupa la promoción del turismo y la cultura.

IV. Distribución por objetivos

El artículo 3.1 la Ley 29/2005, de 29 de diciembre, de Publicidad y Comunicación Institucional indica, de manera explícita, los **objetivos** que pueden tener las campañas de publicidad y comunicación institucional.

El objetivo que se buscará en un mayor número de campañas a lo largo de 2023, será el objetivo **“J”**, **Comunicar programas y actuaciones públicas de relevancia e interés social**.

El objetivo más buscado en segundo lugar será el será el **“G”**, **Anunciar medidas preventivas de riesgos o que contribuyan a la eliminación de daños de cualquier naturaleza para la salud de las personas o el patrimonio natural**.

En tercer y cuarto lugar figuran los capítulos relativos a *informar sobre derechos y obligaciones legales, de aspectos relevantes del funcionamiento de las instituciones públicas y de las condiciones de acceso y uso de los espacios y servicios públicos* (objetivo B) e *informar a los ciudadanos sobre la existencia de procesos electorales y consultas populares* (objetivo C).

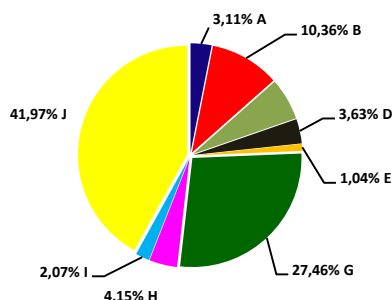
El artículo 3 de la Ley 29/2005 establece que sólo se podrán promover campañas cuando persigan los objetivos que la propia Ley recoge.

Durante el año 2023 será el objetivo “J” el que persigan mayor número de campañas

Distribución por objetivos: número de campañas (Cuadro 4.1)

Objetivo	Número de Campañas	Porcentaje
A. Promover la difusión y conocimiento de los valores y principios constitucionales	6	3,11%
B. Informar sobre derechos y obligaciones legales, de aspectos relevantes del funcionamiento de las instituciones públicas y de las condiciones de acceso y uso de los espacios y servicios públicos	20	10,36%
C. Informar a los ciudadanos sobre la existencia de procesos electorales y consultas populares	12	6,22%
D. Difundir el contenido de aquellas disposiciones jurídicas que, por su novedad y repercusión social, requieran medidas complementarias para su conocimiento general	7	3,63%
E. Difundir ofertas de empleo público que por su importancia e interés así lo aconsejen	2	1,04%
F. Advertir de la adopción de medidas de orden o seguridad pública cuando afecten a una pluralidad de destinatarios	0	0,00%
G. Anunciar medidas preventivas de riesgos o que contribuyan a la eliminación de daños de cualquier naturaleza para la salud de las personas o el patrimonio natural	53	27,46%
H. Apoyar a sectores económicos españoles en el exterior, promover la comercialización de productos españoles y atraer inversiones extranjeras	8	4,15%
I. Difundir las lenguas y el patrimonio histórico y natural de España	4	2,07%
J. Comunicar programas y actuaciones públicas de relevancia e interés social	81	41,97%
Total	193	100%

Gráfico 4.2



Distribución de los objetivos por presupuesto planificado

El objetivo que ocupa el primer lugar en cuanto a inversión prevista es el “J” que es **comunicar programas y actuaciones públicas de relevancia e interés social**, con el 33,71%, destinado a campañas como la de concienciación en ciberseguridad, actuaciones en materia de digitalización, difusión de programas, planes y ayudas para clarificar las oportunidades de participación de los ciudadanos y empresas.

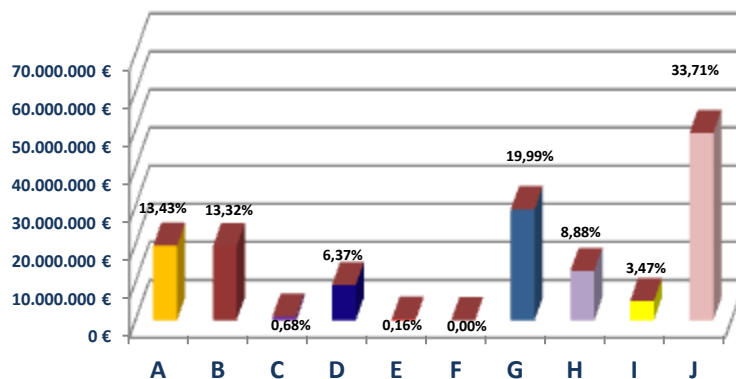
En segundo lugar el objetivo “G”, destinado a **anunciar medidas preventivas de riesgos o que contribuyan a la eliminación de daños de cualquier naturaleza para la salud de las personas o el patrimonio natural** con el 19,99% de la inversión, para campañas de prevención en materia sanitaria, cuidado del medio ambiente, transición energética y seguridad vial entre otras.

El tercer puesto lo ocupa el objetivo “A”, **promover la difusión y conocimiento de los valores y principios constitucionales** con el 13,43% de la inversión dedicada a campañas en materia de sensibilización sobre los valores democráticos, igualdad, protección de la infancia, contra la violencia de género y fomento de la corresponsabilidad, seguido del objetivo “B”, **informar sobre derechos y obligaciones legales, de aspectos relevantes del funcionamiento de las instituciones públicas y de las condiciones de acceso y uso de los espacios y servicios públicos** con una inversión similar: el 13,32%, con campañas sobre sensibilización fiscal, información sobre modificaciones en la cotización autónomos, protección de los consumidores, contra la vulneración de los derechos de propiedad individual, nueva Agencia Española de Empleo. Ver detalles de inversión en cuadro 4.4 pág. 12

En cuanto a inversión, los objetivos J “comunicar programas y actuaciones públicas”, G “anunciar medidas preventivas” y A “promover la difusión y conocimiento de los valores y principios constitucionales” del art. 3.1 de la Ley 29/2005 ocupan los primeros lugares

Gráfico 4.3

Distribución por objetivos y presupuesto



Cuadro 4.4.

MINISTERIO		A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	TOTAL
Presidencia del Gobierno	Nº camp.										2	2
	Invers.										35.000	35.000
Presidencia, Relaciones con las Cortes y Memoria Democrática	Nº camp.	1								2	1	4
	Invers.	300.000								1.000.000	200.000	1.500.000
Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación	Nº camp.							2				2
	Invers.							22.000				22.000
Justicia	Nº camp.		7								2	9
	Invers.		1.003.600								170.000	1.173.600
Defensa	Nº camp.										1	1
	Invers.										75.000	75.000
Hacienda y Función Pública	Nº camp.		1		2							3
	Invers.		9.000.000		943.798							9.943.798
Interior	Nº camp.			11				1				12
	Invers.			110.000				11.162.000				11.272.000
Transportes, Movilidad y Agenda Urbana	Nº camp.					1					3	4
	Invers.					36.300					2.726.560	2.762.860
Educación y Formación Profesional	Nº camp.				2						1	3
	Invers.				1.850.000						300.000	2.150.000
Trabajo y Economía Social	Nº camp.		2	1				2			6	11
	Invers.		2.225.000	880.000				80.000			813.000	3.998.000
Industria, Comercio y Turismo	Nº camp.								2		2	4
	Invers.								2.763.000		1.538.960	4.301.960
Agricultura, Pesca y Alimentación	Nº camp.		1							6	3	11
	Invers.		750.000						10.198.060	4.043.000	663.399	15.654.459
Política Territorial	Nº camp.		2									2
	Invers.		22.000									22.000
Transición Ecológica y el Reto Demográfico	Nº camp.		1		1			36		1	14	53
	Invers.		20.000		242.000			10.601.189		20.000	4.466.224	15.349.412
Cultura y Deporte	Nº camp.		1					1			15	17
	Invers.		164.500					1.981.500			11.672.281	13.818.281
Asuntos Económicos y Transformación Digital	Nº camp.										7	7
	Invers.										21.641.650	21.641.650
Sanidad	Nº camp.							10				10
	Invers.							5.150.700				5.150.700
Derechos Sociales y Agenda 2030	Nº camp.	1	3		1						4	9
	Invers.	1.300.000	2.500.000		1.200.000						1.585.000	6.585.000
Ciencia e Innovación	Nº camp.										6	6
	Invers.										381.020	381.020
Igualdad	Nº camp.	4									1	5
	Invers.	18.003.780									18.150	18.021.930
Consumo	Nº camp.		1					1			6	8
	Invers.		220.000					180.000			2.637.000	3.037.000
Inclusión, Seguridad Social y Migraciones	Nº camp.		1		1	1						3
	Invers.		3.536.300		5.060.000	200.000						8.796.300
Universidades	Nº camp.										7	7
	Invers.										294.000	294.000
Total	Nº camp.	6	20	12	7	2	0	53	8	4	81	193
	% invers. s/total	13,43%	13,32%	0,68%	6,37%	0,16%	0,00%	19,99%	8,88%	3,47%	33,71%	100,00%
	Invers.	19.603.780	19.441.400	990.000	9.295.798	236.300	0	29.177.389	12.961.060	5.063.000	49.217.243	145.985.970

V. Ranking de campañas

En el año 2023 se prevé la contratación de una campaña de más de diez millones de euros de presupuesto: la campaña para la Divulgación de la Seguridad Vial.

Diez campañas prevén una inversión igual o superior a cuatro millones de euros e inferior a diez millones y doce entre dos y cuatro millones de presupuesto. Las 23 campañas de más de dos millones suponen el 70,96% de la inversión total prevista.

Las 23 campañas de más de dos millones de euros suponen el 70,96% de la inversión total prevista

Cuadro 5.1

MINISTERIO	ORGANISMOS/DIR.GRAL.	CAMPAÑA	COSTE PREVISTO
MINISTERIO DEL INTERIOR	JEFATURA CENTRAL DE TRÁFICO-DGT	CAMPAÑA PARA LA DIVULGACIÓN DE LA SEGURIDAD VIAL	11.162.000
MINISTERIO DE HACIENDA Y FUNCIÓN PÚBLICA	AGENCIA TRIBUTARIA	SENSIBILIZACIÓN FISCAL E INFORMACIÓN Y ASISTENCIA A LA CIUDADANÍA EN EL CUMPLIMIENTO DE SUS OBLIGACIONES FISCALES	9.000.000
MINISTERIO DE ASUNTOS ECONÓMICOS Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL	INSTITUTO NACIONAL DE CIBERSEGURIDAD DE ESPAÑA, S.A. (INCIBE)	DIFUSIÓN DE SERVICIOS PÚBLICOS Y CONCIENCIACIÓN EN CIBERSEGURIDAD PARA CIUDADANOS Y EMPRESAS 2023	8.125.000
MINISTERIO DE ASUNTOS ECONÓMICOS Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL	SUBSECRETARÍA	DIFUSIÓN Y VISIBILIZACIÓN DE LA AGENDA ESPAÑA DIGITAL 2026	7.387.000
MINISTERIO DE IGUALDAD	DELEGACIÓN DE GOBIERNO CONTRA LA VIOLENCIA DE GÉNERO	CONCIENCIACIÓN SOCIAL CONTRA LAS DISTINTAS FORMAS DE VIOLENCIA CONTRA LAS MUJERES DURANTE 2023	7.000.000
MINISTERIO DE IGUALDAD	SECRETARÍA DE ESTADO DE IGUALDAD Y CONTRA LA VIOLENCIA DE GÉNERO	PROMOCIÓN DE LA IGUALDAD, LA PUESTA EN VALOR DE SOCIEDADES DIVERSAS Y LA NO DISCRIMINACIÓN 2023-2024	6.638.780
MINISTERIO DE INCLUSIÓN, SEGURIDAD SOCIAL Y MIGRACIONES	GABINETE DEL MINISTRO	DIFUSIÓN DE ACCIONES FORMATIVAS SOBRE PENSIONES	5.060.000
MINISTERIO DE AGRICULTURA, PESCA Y ALIMENTACIÓN	DIRECCIÓN GENERAL DE LA INDUSTRIA ALIMENTARIA	ALIMENTOS DE ESPAÑA, POTENCIA ALIMENTARIA	4.506.515
MINISTERIO DE CULTURA Y DEPORTE	SUBSECRETARÍA	PROMOCIÓN DEL BONO CULTURAL JOVEN 2023	4.500.000
MINISTERIO DE AGRICULTURA, PESCA Y ALIMENTACIÓN	DIRECCIÓN GENERAL DE DESARROLLO RURAL, INNOVACIÓN Y FORMACIÓN AGROALIMENTARIA	CONOCE LA RED DE CAMINOS NATURALES DE ESPAÑA	4.043.000
MINISTERIO PARA LA TRANSICIÓN ECOLÓGICA Y EL RETO DEMOGRÁFICO	SECRETARÍA DE ESTADO DE ENERGÍA	BENEFICIOS DE LA TRANSICIÓN ENERGÉTICA	4.000.000
MINISTERIO DE CULTURA Y DEPORTE	SECRETARÍA GENERAL DE CULTURA Y DEPORTE	RENACIMIENTO CULTURAL 2023	3.690.085
MINISTERIO PARA LA TRANSICIÓN ECOLÓGICA Y EL RETO DEMOGRÁFICO	INSTITUTO PARA LA DIVERSIFICACIÓN Y AHORRO DE LA ENERGÍA (IDAE)	EL CIUDADANO COMO ACTOR CLAVE EN LA TRANSICIÓN ENERGÉTICA	3.630.000
MINISTERIO DE INCLUSIÓN, SEGURIDAD SOCIAL Y MIGRACIONES	GABINETE DEL MINISTRO	INFORMACIÓN SOBRE LAS MODIFICACIONES EN LA COTIZACIÓN DE LOS AUTÓNOMOS	3.536.300
MINISTERIO DE CULTURA Y DEPORTE	CONSEJO SUPERIOR DE DEPORTES	IGUALES EN EL DEPORTE, SOBRE LA NECESARIA VISIBILIDAD DE LA MUJER, DEL COLECTIVO LGTBI Y DEL COLECTIVO DE PERSONAS CON DISCAPACIDAD EN EL DEPORTE	3.204.961
MINISTERIO DE IGUALDAD	SECRETARÍA DE ESTADO DE IGUALDAD Y CONTRA LA VIOLENCIA DE GÉNERO	CONCIENCIACIÓN EN MATERIA DE CORRESPONSABILIDAD ENTRE MUJERES Y HOMBRES PARA EL REPARTO EFECTIVO DEL TRABAJO DE CUIDADOS	2.865.000
MINISTERIO DE ASUNTOS ECONÓMICOS Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL	RED.ES	KIT DIGITAL	2.806.550
MINISTERIO DE INDUSTRIA, COMERCIO Y TURISMO	EMPRESA NACIONAL DE INNOVACIÓN, S.A. (ENISA - GRUPO PATRIMONIO)	ALTO COMISIONADO ESPAÑA NACIÓN EMPRENDEDORA	2.400.000
MINISTERIO DE ASUNTOS ECONÓMICOS Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL	SUBSECRETARÍA	VISIBILIZACIÓN DEL PLAN DE RECUPERACIÓN	2.020.000
MINISTERIO DE AGRICULTURA, PESCA Y ALIMENTACIÓN	DIRECCIÓN GENERAL DE LA INDUSTRIA ALIMENTARIA	ALIMENTOS DE ESPAÑA, EL PAÍS MÁS RICO DEL MUNDO	2.006.515
MINISTERIO DE AGRICULTURA, PESCA Y ALIMENTACIÓN	DIRECCIÓN GENERAL DE LA INDUSTRIA ALIMENTARIA	PROMOCIÓN DEL SECTOR AGROALIMENTARIO Y PESQUERO ESPAÑOL	2.006.515
MINISTERIO DE TRANSPORTES, MOVILIDAD Y AGENDA URBANA	TRANSPORTES, MOVILIDAD Y AGENDA URBANA	PLAN DE ACCIONES DE COMUNICACIÓN SOBRE SERVICIOS DE INTERÉS PÚBLICO QUE INFLUYEN E LA CALIDAD DE VIDA DE LA CIUDADANÍA EN EL ÁMBITO DE LA MOVILIDAD Y LA VIVIENDA.	2.000.000
MINISTERIO DE DERECHOS SOCIALES Y AGENDA 2030	DIRECCIÓN GENERAL DE DIVERSIDAD FAMILIAR Y SERVICIOS SOCIALES	UN PAÍS QUE NOS CUIDA	2.000.000

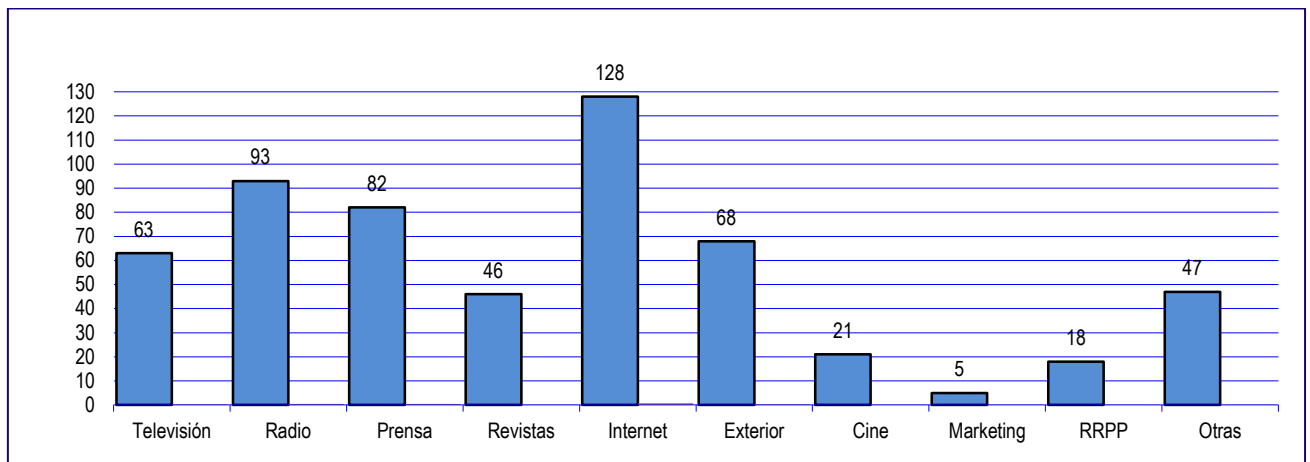
VI. Distribución de las herramientas de comunicación

El 66,3% de las campañas insertará anuncios en Internet durante el año 2023, el 48,2% utilizará radio, por su parte el 42,5% hará uso de la prensa (medios gráficos), incluyendo dominicales y suplementos como soporte. Los soportes exteriores serán utilizados por el 35,2% de las campañas previstas en el Plan, seguidos de televisión, que la utilizará el 32,6%. Revistas lo utilizará el 23,8%, cine el 10,9%, relaciones públicas el 9,3% y marketing el 2,6%.

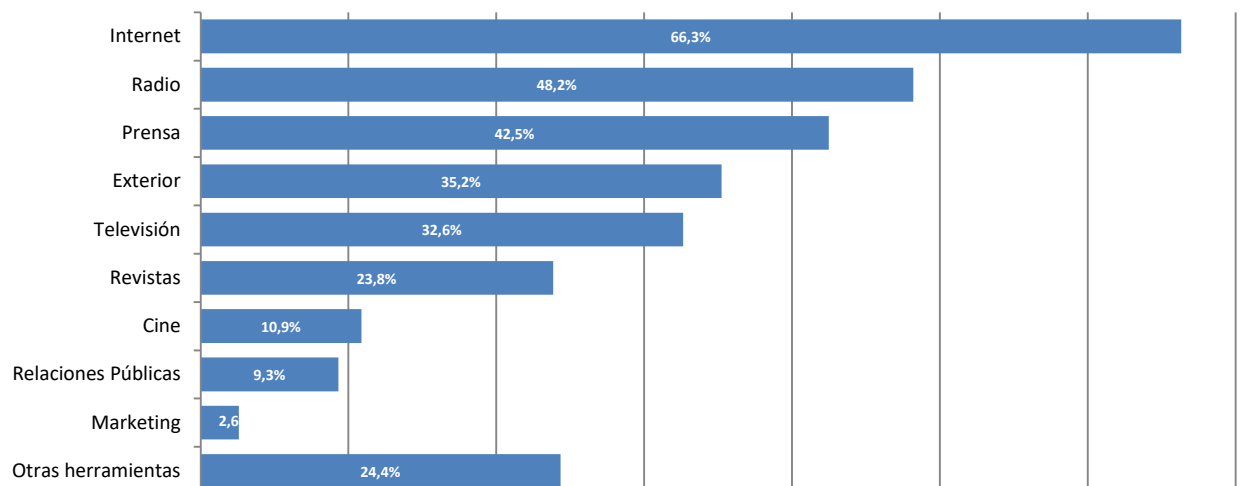
El 24,4% de las campañas o iniciativas de comunicación utilizarán herramientas distintas a todas las anteriores: folletos, vídeos, blogs, podcast y publicaciones en redes sociales propias y en la web oficial.

Internet, radio, prensa (medios gráficos), soportes exteriores, televisión y revistas serán los medios utilizados con más frecuencia en las campañas institucionales durante el año 2023, por este orden.

Distribución de las herramientas de comunicación según el número de campañas en que serán empleadas. Gráfico 6.1



Porcentaje de los medios a utilizar por las campañas. Gráfico 6.2



VII. Difusión y población de las campañas

Difusión territorial de las campañas institucionales de publicidad

Durante el año 2023 las campañas institucionales de publicidad y comunicación tendrán mayoritariamente una difusión de ámbito nacional (145 campañas). Está prevista una difusión internacional para 5 campañas y dos campañas tendrán difusión tanto nacional como internacional.

A continuación se situarán por este orden, la difusión regional (29 campañas), autonómica y provincial (5 campañas cada una) y la difusión local (2 campañas).

Gráfico 7.1

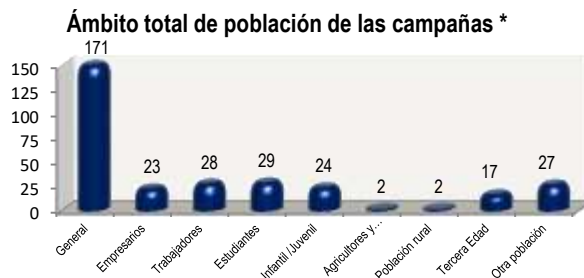


Población a la que se dirigirá la publicidad institucional

La mayor parte de las campañas institucionales previstas para 2023 se dirigirá a la población general. De las 171 campañas que se dedicarán a este público objetivo, 48 de ellas además se dirigirán a uno o más sectores específicos de la población: empresarios, trabajadores, infantil/juvenil, estudiantes, sector agrícola y ganadero, acuicultores y propietarios forestales, población rural, tercera edad, y otros grupos de población como técnicos en prevención, profesionales de diversos sectores, emprendedores, comunidad científica, comunidad universitaria, sector cultural y creativo, usuarios de Internet, colectivos vulnerables y visitantes de las Reservas de la Biosfera.

Cinco campañas tienen como único público objetivo sectores concretos de la población: estudiantes (3), empresarios (1) y población rural (1).

Gráfico 7.2



* Cada campaña puede dirigirse a uno o más ámbitos poblacionales

La difusión de las campañas de publicidad institucional en el año 2023 será prioritariamente de ámbito nacional

Las campañas institucionales se dirigirán mayoritariamente a la población general

VIII. La Publicidad Institucional en los Presupuestos Generales del Estado

La inversión publicitaria de la Administración General del Estado en el año 2023 se imputará a los Capítulos 2 y 6 de los Presupuestos Generales del Estado.

La resolución de 19 de enero de 2009, de la Dirección General de Presupuestos, por la que se establecen los códigos que definen la clasificación económica, dispone que se incluyan en el Capítulo 2, “Gastos corrientes en bienes y servicios”, subconcepto 226.02 de Publicidad y Propaganda, entre otros, “los gastos que se realicen en el marco del Plan de Publicidad a que se refiere la Ley 29/2005, de 29 de diciembre, de publicidad y comunicación institucional”. Sin perjuicio de que en ese mismo apartado se precise también que “las campañas de sensibilización y concienciación ciudadana que sean susceptibles de producir efectos en varios ejercicios se imputarán al artículo 64”.

El Capítulo 6, “Inversiones reales”, artículo 64 de Gastos de inversiones de carácter inmaterial de la citada resolución, se refiere a “gastos realizados en un ejercicio, no materializados en activos, susceptibles de producir sus efectos en varios ejercicios futuros, campañas de promoción de turismo, ferias, exposiciones, estudios y trabajos técnicos, investigación, etc., (...) así como las campañas de concienciación social, de información y sensibilización sobre medio ambiente, prevención de accidentes, conductas saludables, etc.”

En consecuencia, los Ministerios y sus organismos y entidades adscritos imputarán a uno u otro capítulo sus campañas de publicidad institucional.

En el cuadro siguiente (*cuadro 8.1: pág.17*) se proporcionan los datos atendiendo al Capítulo al que se imputarán los gastos. Hay que tener en cuenta, por una parte, que al subconcepto 226.02 también se imputan gastos que no son de publicidad institucional y, por otra parte, que dado que los créditos del Capítulo 2 no son vinculantes a nivel de subconcepto, otras acciones consideradas publicitarias (ferias, exposiciones, creación de webs, etc.) podrían imputarse a otros subconceptos del Capítulo 2. No obstante, en el Anexo 3 del presente Plan se especifican los subconceptos correspondientes a cada campaña.

La inversión publicitaria de la AGE se imputa a los Capítulos 2 y 6 de los Presupuestos Generales del Estado

En el subconcepto 226.02 se incluyen los gastos que se realicen en el marco del Plan de Publicidad, no obstante las campañas de sensibilización y concienciación ciudadana que sean susceptibles de producir efectos en varios ejercicios se imputan al artículo 64

Aplicación presupuestaria de la publicidad y comunicación institucional

Cuadro 8.1

Ministerio ⁽¹⁾	Capítulo 2	Capítulo 6	EPE ⁽²⁾	TOTAL
Presidencia del Gobierno	35.000			35.000
Presidencia, Relaciones con las Cortes y Memoria Democrática	1.500.000			1.500.000
Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación		22.000		22.000
Justicia	773.600	400.000		1.173.600
Defensa	75.000			75.000
Hacienda y Función Pública	9.943.798			9.943.798
Interior	110.000	11.162.000		11.272.000
Transportes, Movilidad y Agenda Urbana		2.726.560	36.300	2.762.860
Educación y Formación Profesional	2.150.000			2.150.000
Trabajo y Economía Social	3.998.000			3.998.000
Industria, Comercio y Turismo		1.901.960	2.400.000	4.301.960
Agricultura, Pesca y Alimentación	1.145.850	14.508.609		15.654.459
Política Territorial	22.000			22.000
Transición Ecológica y el Reto Demográfico	1.004.021	10.202.141	4.143.250	15.349.412
Cultura y Deporte	13.788.281	30.000		13.818.281
Asuntos Económicos y Transformación Digital	9.637.000		12.004.650	21.641.650
Sanidad	5.114.700	36.000		5.150.700
Derechos Sociales y Agenda 2030	6.585.000			6.585.000
Ciencia e Innovación	214.040		166.980	381.020
Igualdad		18.021.930		18.021.930
Consumo	1.037.000	2.000.000		3.037.000
Inclusión, Seguridad Social y Migraciones	8.796.300			8.796.300
Universidades	294.000			294.000
TOTAL	66.223.589	61.011.200	18.751.180	145.985.970

(1) Se incluyen los organismos y entidades adscritos a cada ministerio.

(2) Las Entidades Públicas Empresariales no ajustan sus presupuestos a la clasificación económica de los Presupuestos Generales del Estado.

IX. Principales magnitudes y su evolución

La **inversión total prevista** en materia de publicidad y comunicación institucional **para 2023** es de **145,98 millones de euros**; 12,36 millones de euros menos que lo planificado en el último Plan de 2022, lo que supone una **disminución del 7,81%**.

Si la comparativa se efectúa entre el Plan 2007, año de elaboración del primer Plan y 2023, la reducción en materia de previsiones presupuestarias de publicidad y comunicación institucional es de 122,09 millones de euros, un 45,54% menos.

Por lo que respecta al número de campañas, se prevé la contratación durante el año 2023 de un total de 193 campañas de publicidad o comunicación institucional, 26 más que las previstas en el Plan anterior pero 17 menos de las que fueron previstas en 2007.

La inversión prevista en publicidad y comunicación institucional disminuye en 12,36 millones de euros en el año 2023 respecto al último Plan publicado en 2022

Gráfico 9.1



* Desde el año 2008 las campañas de Turespaña y Renfe Operadora son consideradas comerciales. En el año 2010 la campaña del INAEM pasa, igualmente, a ser considerada comercial. Las campañas de Puertos del Estado desde el año 2012 también pasan a tener la consideración de comerciales. Asimismo las campañas del Museo Nacional del Prado y de la UNED se consideran comerciales desde el año 2016 y las del Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía y de la Universidad Internacional Menéndez Pelayo desde el año 2018 y en 2021 la campaña Convocatoria Ayudas CDTI para la I+D+I empresarial del Centro para el Desarrollo Tecnológico Industrial pasa a considerarse institucional puesto que no revierte ningún beneficio para el citado centro.

** En el año 2016 no se aprobó el Plan de Publicidad y Comunicación Institucional correspondiente, al estar el gobierno en funciones.

Respecto a la **comparativa con el Plan 2022** del número total de campañas previstas, se puede observar un **incremento de 26 campañas con respecto a la planificación del año anterior** (15,57%). En 2022 se planificaron 167 campañas mientras que **en 2023 se planifican 193 campañas**. En la distribución por ministerios, Interior es el ministerio que más aumenta su planificación (+10 campañas con motivo de las próximas elecciones), seguido de Trabajo y Economía Social (+5), Cultura y Deporte (+4); Consumo, Justicia, Derechos Sociales y Agenda 2030 (+3), Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación; Política Territorial; Asuntos Económicos y Transformación Digital; Igualdad (+2) y Presidencia, Relaciones con las Cortes y Memoria Democrática; Hacienda y Función Pública; Transportes, Movilidad y Agenda Urbana; Industria, Comercio y Turismo e Inclusión, Seguridad Social y Migraciones (+1). Por el contrario desciende la previsión de campañas a realizar en Sanidad (-6), Transición Ecológica y el Reto Demográfico (-3); Defensa; Ciencia e Innovación (-2) y Agricultura, Pesca y Alimentación; Universidades (-1). Presidencia del Gobierno y Educación y Formación Profesional, tienen prevista la realización del mismo número de campañas que en 2022.

La inversión total prevista en el Plan 2023 disminuye un 7,81% respecto del Plan 2022, de 158,34 millones de euros en 2022 a 145,98 millones de euros de inversión planificada para 2023 (-12,36 millones). En cuanto a la distribución por ministerios, destaca el incremento con respecto a 2022 en Inclusión, Seguridad Social y Migraciones (+2.946.300); Industria, Comercio y Turismo (+2.863.000); Trabajo y Economía Social (+2.483.570); Derechos Sociales y Agenda 2030 (+2.404.200); Interior (+1.311.500); Presidencia, Relaciones con las Cortes y Memoria Democrática (+1.129.000); Educación y Formación Profesional (+714.000); Hacienda y Función Pública (+698.798); Transportes, Movilidad y Agenda Urbana (+666.560); Consumo (+477.000); Justicia (+423.600); Ciencia e Innovación (+242.050); Universidades (+144.730); Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación (+22.000) y Política Territorial (+22.000).

Disminuyen en cuanto a inversión prevista los ministerios de Asuntos Económicos y Transformación Digital (-14.655.666); Sanidad (-5.583.300); Transición Ecológica y el Reto Demográfico (-2.959.847); Cultura y Deporte (-2.602.870); Igualdad (-1.577.168); Agricultura, Pesca y Alimentación con (-1.457.240) y Defensa (-75.000). Presidencia del Gobierno tiene prevista la misma inversión que en 2022.

En el análisis del presupuesto a invertir por cada ministerio con respecto a las cantidades totales, se aprecia que en el presente Plan 2023 sigue siendo como en el Plan 2022 el Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital el que ocupa el primer lugar (14,82% de la inversión total prevista, que en 2022 fue de un 22,92%), seguido de Igualdad (12,34% de la inversión total prevista que en 2022 fue de un 12,38%), Agricultura, Pesca y Alimentación (10,72% de la inversión total prevista para 2023 mientras que en 2022 fue de un 10,81%), Transición Ecológica y el Reto Demográfico (10,51% de la inversión total prevista que en 2022 fue de un 11,56%) y Cultura y Deporte (9,47% de la inversión total prevista frente a un 10,37% en 2022). (Ver gráfico 2.3 página 7).

Interior es el ministerio que más incrementa su planificación respecto al número de campañas, con motivo de las próximas elecciones

La inversión total prevista para el Plan 2023 disminuye un 7,81% con respecto al Plan 2022

En el año 2023 Asuntos Económicos y Transformación Digital sigue ocupando el primer lugar en cuanto a inversión presupuestaria como en 2022

En relación con el ranking de las campañas de mayor presupuesto, 23 son las campañas planificadas de más de dos millones de euros. En 2022 se planificaron 24, 20 en 2021 y 12 en 2020.

De estas 23 campañas previstas de 2 o más millones de euros, encabeza el ranking la campaña **“Divulgación de la Seguridad Vial”** promovida por la Dirección General del Tráfico del Ministerio del Interior, mientras que en 2022 fue la campaña de concienciación en ciberseguridad promovida por el Instituto Nacional de Ciberseguridad de España, S.A. (INCIBE) adscrito al Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital y en 2021 la campaña de Sensibilización y Promoción de la Vacunación frente a la COVID promovida por el Ministerio de Sanidad.

A continuación destacan por un importe igual o superior a cuatro millones de euros, en orden descendente, **Sensibilización Fiscal** de la Agencia Tributaria, **Concienciación en Ciberseguridad** del Instituto Nacional de Ciberseguridad de España, S.A. (INCIBE), **Difusión de la Agenda España Digital 2026** de Asuntos Económicos y Transformación Digital, **Concienciación Social contra las Distintas Formas de Violencia contra las Mujeres** de la Delegación del Gobierno contra la Violencia de Género, **Promoción de la Igualdad, la Puesta en Valor de Sociedades Diversas y la No Discriminación** de Igualdad, **Difusión de acciones formativas sobre Pensiones** de Inclusión, Seguridad Social y Migraciones, **Alimentos de España, Potencia Alimentaria** de Agricultura, Pesca y Alimentación, **Bono cultural Joven 2023** de Cultura y Deporte, **Conoce la Red de Caminos Naturales de España** de Agricultura, Pesca y Alimentación y **Beneficios de la Transición Energética** de Transición Ecológica y el Reto Demográfico.

Durante 2023, la mayor inversión se realizará en divulgación de la seguridad vial, sensibilización hacia el cumplimiento de las obligaciones fiscales, ciberseguridad, digitalización, transición energética, protección de la salud, promoción de la igualdad y no discriminación, contra las distintas formas de violencia hacia las mujeres, promoción de la cultura, puesta en valor de los alimentos de España y difusión de programas y ayudas a potenciales beneficiarios.

En lo que respecta a la **previsión de uso de las distintas herramientas de comunicación**, Internet, radio, prensa (medios gráficos), soportes exteriores, televisión y revistas, por este orden, serán las herramientas de comunicación más utilizadas en el año 2023. Internet (prensa y revistas digitales y otros sitios) desde 2013 es la herramienta planificada para el mayor número de campañas. En los años anteriores a 2012 fue la prensa (medios gráficos) la que ocupaba ese lugar.

Internet continúa siendo desde 2013 la herramienta más planificada, estando prevista en un 66,3% de las campañas. El segundo lugar lo ocupa radio con un 48,2% mientras que en 2021 fue prensa (medios gráficos) la que ocupó el segundo lugar. Esta última herramienta desciende un 19,2% en previsión de ser utilizada en las campañas planificadas con respecto al Plan 2022.

En 2023 se planifican 23 campañas de más de dos millones de euros. En 2022 se planificaron 24.

Encabeza el ranking la campaña de “Divulgación de la Seguridad Vial” promovida por la Dirección General de Tráfico del Ministerio del Interior.

Internet (prensa y revistas digitales y otros sitios) es desde el año 2013 la herramienta planificada para el mayor número de campañas.

Número de campañas

Gráfico 9.2

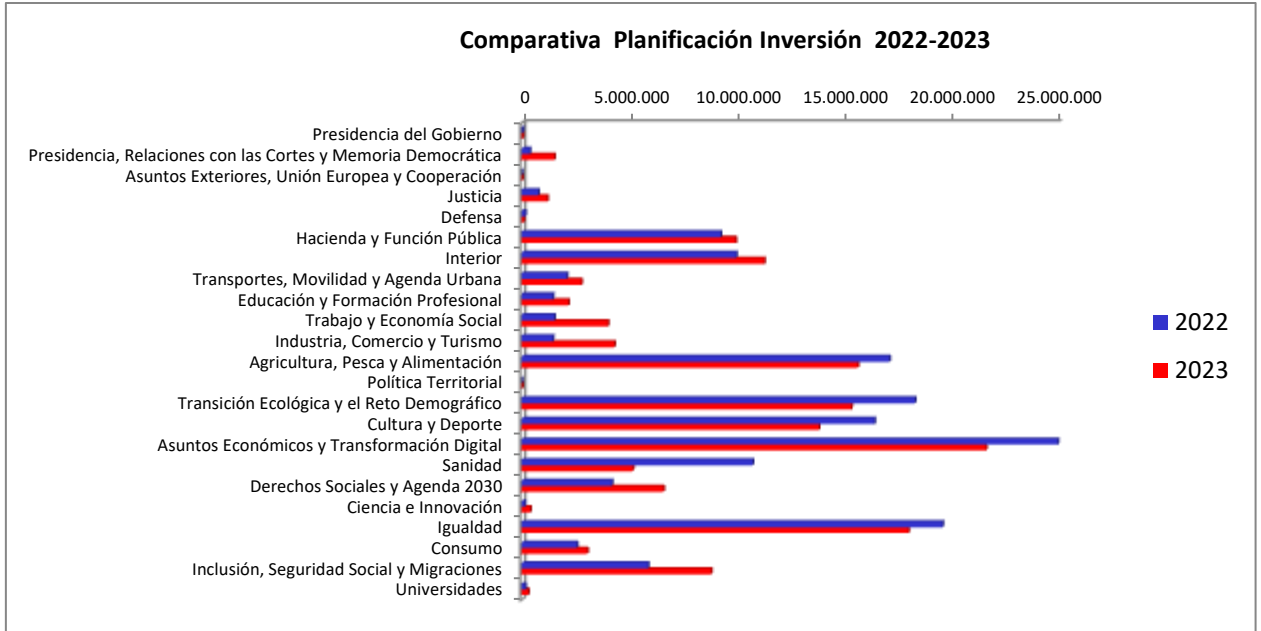


Cuadro 9.3

Ministerio	Número de campañas		Variación 2022/2023	
	2022	2023	Variación por Ministerio	% variación por Ministerio
Presidencia del Gobierno	2	2	0	0,00%
Presidencia, Relaciones con las Cortes y Memoria Democrática	3	4	1	33,33%
Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación	0	2	2	
Justicia	6	9	3	50,00%
Defensa	3	1	-2	-66,67%
Hacienda y Función Pública	2	3	1	50,00%
Interior	2	12	10	500,00%
Transportes, Movilidad y Agenda Urbana	3	4	1	33,33%
Educación y Formación Profesional	3	3	0	0,00%
Trabajo y Economía Social	6	11	5	83,33%
Industria, Comercio y Turismo	3	4	1	33,33%
Agricultura, Pesca y Alimentación	12	11	-1	-8,33%
Política Territorial	0	2	2	
Transición Ecológica y el Reto Demográfico	56	53	-3	-5,36%
Cultura y Deporte	13	17	4	30,77%
Asuntos Económicos y Transformación Digital	5	7	2	40,00%
Sanidad	16	10	-6	-37,50%
Derechos Sociales y Agenda 2030	6	9	3	50,00%
Ciencia e Innovación	8	6	-2	-25,00%
Igualdad	3	5	2	66,67%
Consumo	5	8	3	60,00%
Inclusión, Seguridad Social y Migraciones	2	3	1	50,00%
Universidades	8	7	-1	-12,50%
TOTAL	167	193	26	15,57%

Presupuesto

Gráfico 9.4



Cuadro 9.5

Ministerio	Presupuesto		Variación 2022/2023	
	2022	2023	Variación por Ministerio	% variación por Ministerio
Presidencia del Gobierno	35.000	35.000	0	0,00%
Presidencia, Relaciones con las Cortes y Memoria Democrática	371.000	1.500.000	1.129.000	304,31%
Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación	0	22.000	22.000	
Justicia	750.000	1.173.600	423.600	56,48%
Defensa	150.000	75.000	-75.000	-50,00%
Hacienda y Función Pública	9.245.000	9.943.798	698.798	7,56%
Interior	9.960.500	11.272.000	1.311.500	13,17%
Transportes, Movilidad y Agenda Urbana	2.096.300	2.762.860	666.560	31,80%
Educación y Formación Profesional	1.436.000	2.150.000	714.000	49,72%
Trabajo y Economía Social	1.514.430	3.998.000	2.483.570	163,99%
Industria, Comercio y Turismo	1.438.960	4.301.960	2.863.000	198,96%
Agricultura, Pesca y Alimentación	17.111.699	15.654.459	-1.457.240	-8,52%
Política Territorial	0	22.000	22.000	
Transición Ecológica y el Reto Demográfico	18.309.259	15.349.412	-2.959.847	-16,17%
Cultura y Deporte	16.421.151	13.818.281	-2.602.870	-15,85%
Asuntos Económicos y Transformación Digital	36.297.316	21.641.650	-14.655.666	-40,38%
Sanidad	10.734.000	5.150.700	-5.583.300	-52,02%
Derechos Sociales y Agenda 2030	4.180.800	6.585.000	2.404.200	57,51%
Ciencia e Innovación	138.970	381.020	242.050	174,17%
Igualdad	19.599.098	18.021.930	-1.577.168	-8,05%
Consumo	2.560.000	3.037.000	477.000	18,63%
Inclusión, Seguridad Social y Migraciones	5.850.000	8.796.300	2.946.300	50,36%
Universidades	149.270	294.000	144.730	96,96%
TOTAL	158.348.753	145.985.970	-12.362.783	-7,81%

X. Conclusiones

La Administración General del Estado ha planificado **193 campañas de publicidad y comunicación institucional** a realizar durante el año 2023, con un presupuesto de **145,98 millones de euros**. Este coste representa un 7,81% menos de lo previsto en el Plan de Publicidad y Comunicación Institucional para el año 2022 (158,34 millones de euros) y un 45,54% menos que el presupuesto total destinado a esta materia en el año 2007, en el que se elaboró el primer Plan de Publicidad y Comunicación Institucional.

La **inversión publicitaria total prevista** (campañas institucionales más comerciales) de la Administración General del Estado será de **269,11 millones de euros**. Disminuye un 6,14% (17,6 millones de euros menos) en 2023 con respecto a lo planificado en 2022 (286,71 millones de euros). La reducción del conjunto de inversión publicitaria de la AGE disminuye el 26,95% con respecto a las cantidades totales recogidas en el Plan 2007.

Las **principales prioridades** de la Administración General del Estado en materia de publicidad y comunicación institucional en 2023 serán la *promoción en materia de derechos y deberes de los ciudadanos* con un 43,61% de la inversión total prevista y la *promoción de hábitos saludables y seguros para la ciudadanía y el cuidado de su entorno* con un 25,9% del total de las previsiones presupuestarias.

El **objetivo más buscado** en el año 2023 respecto al número de campañas e inversión es el de *comunicar programas y actuaciones públicas de relevancia e interés social* con un 33,71% de la inversión, seguido del de anunciar medidas preventivas de riesgos o que contribuyan a la eliminación de daños de cualquier naturaleza para la salud de las personas o el patrimonio natural con un 19,99% de la inversión.

De las campañas planificadas para 2023, veintitrés de ellas está previsto que superen los dos millones de euros con el 70,96% de la inversión. Ocupa el primer puesto en cuanto a inversión prevista la campaña para la **Divulgación de la Seguridad Vial** de la Dirección General de Tráfico del Ministerio del Interior. Le siguen en cuanto a inversión prevista campañas dedicadas a: sensibilizar hacia el cumplimiento de las obligaciones fiscales, ciberseguridad, digitalización, transición energética, protección de la salud, promoción de la igualdad y no discriminación, contra las distintas formas de violencia hacia las mujeres, difusión de información sobre derechos y deberes, promoción de la cultura, puesta en valor de los alimentos de España y difusión de programas y ayudas a potenciales beneficiarios.

En cuanto a la distribución de las herramientas de comunicación, Internet (prensa y revistas digitales y otros sitios) será, como desde el año 2013, el medio más previsto en los planes en cuanto a número de campañas. En 2023 le siguen en planificación radio, prensa (medios gráficos), soportes exteriores, televisión y revistas por este orden.

La AGE llevará a cabo 193 campañas institucionales en el año 2023 por importe de 145,98 millones de euros

La prioridad más buscada será “promoción en materia de derechos y deberes de los ciudadanos” seguida de “promoción de hábitos saludables y seguros”

Respecto a número de campañas e inversión prevista, el objetivo más buscado es el de “comunicar programas y actuaciones públicas de relevancia e interés social”

Internet vuelve a posicionarse como la herramienta de comunicación más planificada, seguida de radio, prensa, televisión, soportes exteriores y revistas por este orden

XI. Campañas comerciales no sujetas a la Ley 29/2005

Las campañas de carácter comercial **no entran dentro del ámbito de aplicación de la Ley 29/2005**, no obstante se recogen como información en el presente Plan. Nueve son los ministerios que contratarán este tipo de campañas: Presidencia, Relaciones con las Cortes y Memoria Democrática; Hacienda y Función Pública; Transportes, Movilidad y Agenda Urbana; Industria, Comercio y Turismo; Agricultura, Pesca y Alimentación; Transición Ecológica y el Reto Demográfico; Cultura y Deporte; Asuntos Económicos y Transformación Digital y Universidades. En 2023 se llevarán a cabo **54 campañas de carácter comercial** frente a las 41 planificadas en 2022, con una inversión total de **123.125.731 euros**, descendiendo la inversión planificada en 5.242.086 euros menos con respecto al año anterior (-4,08%).

En 2023 se llevarán a cabo 54 campañas comerciales con un presupuesto de 123,12 millones de euros

Cuadro 11.1

Ministerio	Organismo	Título	Coste
PRESIDENCIA, RELACIONES CON LAS CORTES Y MEMORIA DEMOCRÁTICA	BOLETÍN OFICIAL DEL ESTADO	SERVICIOS Y PRODUCTOS DE LA AGENCIA ESTATAL BOLETÍN OFICIAL DEL ESTADO.	80.000
Total PRESIDENCIA, RELACIONES CON LAS CORTES Y MEMORIA DEMOCRÁTICA			80.000
HACIENDA Y FUNCIÓN PÚBLICA	CORPORACIÓN RTVE (SEPI)	DIVULGACIÓN DE VALORES DE RTVE Y PROMOCIÓN DE MARCAS, PRODUCTOS Y PROGRAMAS DE LA CORPORACIÓN RTVE.	3.180.706
	ENSA EQUIPOS NUCLEARES, S.A. (SEPI)	ANUNCIOS ESPECIALIZADOS EN EL SECTOR NUCLEAR	45.800
	ENUSA INDUSTRIAS AVANZADAS, S.A. (SEPI)	PROMOCIÓN DE LA ACTIVIDAD EMPRESARIAL DE ENUSA Y DE LOS VALORES SOCIALES QUE LA DEFINEN	56.004
	FÁBRICA NACIONAL DE MONEDA Y TIMBRE-REAL CASA DE LA MONEDA	MONEDAS DE COLECCIÓN 2023	1.210.000
		ETIQUETAS	1.960
	FUNDACIÓN SEPI	ACCIONES DE COMUNICACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE LA FUNDACIÓN.	41.000
	GRUPO HUNOSA (SEPI)	INSERCIÓNES PUNTUALES EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN.	80.000
	HIPÓDROMO DE LA ZARZUELA (SEPI)	HIPÓDROMO DE LA ZARZUELA (HZ), UN GRAN ESPECTÁCULO DEPORTIVO	200.000
	MINAS DE ALMADÉN Y ARRAYANES, S.A. (MAYASA - SEPI)	PROMOCIÓN DEL PARQUE MINERO DE ALMADÉN	84.700
	NAVANTIA (SEPI)	INSERCIÓNES EN REVISTAS ESPECIALIZADAS EN CONSTRUCCIÓN Y REPARACIÓN NAVAL, Y SECTOR EÓLICO MARINO.	386.636
	SEPI DESARROLLO EMPRESARIAL, S.A. (SEPIDES)	PROYECTOS Y DESARROLLOS GRUPO SEPIDES 2023	30.250
		ACCIONES DE COMUNICACIÓN Y POSICIONAMIENTO	6.670.000
	SOCIEDAD ESTATAL CORREOS Y TELÉGRAFOS, S.A. (SEPI)	PRODUCTOS Y SERVICIOS DE ECOMMERCE DE CORREOS	6.375.000
		PRODUCTOS Y SERVICIOS DE DIVERSIFICACIÓN Y OFICINAS	1.680.000
		PATROCINIOS DE CORREOS EN 2023	1.343.100
		JUEGOS ACTIVOS Y PASIVOS (EUROMILLONES, LA PRIMITIVA, LOTOS, APUESTAS DEPORTIVAS, LOTERÍA NACIONAL, SORTEOS DE NAVIDAD, EL NIÑO E INSTITUCIONAL DE IMAGEN DE MARCA DE SELAE)	46.192.773
	TRAGSA (SEPI)	PUBLICIDAD Y COMUNICACIÓN DE TRAGSA	183.885
Total HACIENDA Y FUNCIÓN PÚBLICA			67.761.814

Ministerio	Organismo	Título	Coste	
TRANSPORTES, MOVILIDAD Y AGENDA URBANA	AENA, S.A.	CAMPAÑA DE POSICIONAMIENTO DE MARCA	13.310.000	
		SERVICIOS GESTIONADOS EN PROPIO (APARCAMIENTOS, SERVICIOS VIP, PROYECTOS DIGITALES, WIFI, CLUB DE FIDELIZACIÓN) DE LA RED DE AEROPUERTOS DE AENA	4.020.178	
			COMUNICACIÓN DE LOS SERVICIOS DE CARGA AÉREA	48.400
	CENTRO NACIONAL DE INFORMACIÓN GEOGRÁFICA (CNIG)		DIFUSIÓN DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS DEL IGN Y CNIG	19.228
	ENAIRE		INSERCIÓNES PUBLICITARIAS GENÉRICAS DE ENAIRE	84.700
	ENTIDAD PÚBLICA EMPRESARIAL DE SUELO (SEPES)		ACCIONES DE DIFUSIÓN DE ACTUACIONES INMOBILIARIAS CONCRETAS	169.400
			RELANZAMIENTO DE SEPES	169.400
	PUERTOS DEL ESTADO		LOS PUERTOS, NODOS ESENCIALES DEL TRANSPORTE Y LA LOGÍSTICA, AL SERVICIO DE LA ECONOMÍA	110.000
			LOS PUERTOS COMO DINAMIZADORES DEL TURISMO Y SU INTEGRACIÓN CON EL TERRITORIO	50.000
			CAMPAÑA COMERCIAL LIBERALIZACIÓN	6.000.000
			ACUERDOS PUBLICITARIOS ASOCIACIONES	2.400.000
			ACUERDOS PUBLICITARIOS RENFE VIAJEROS	2.000.000
			AVE NUEVAS LÍNEAS Y SERVICIOS	970.000
			AVLO NUEVAS LÍNEAS Y SERVICIOS.	725.000
	RENFE VIAJEROS		"TRANSFORMEM RODALIES"	700.000
			BRANDED CONTENT	600.000
			CONTENIDOS REDES SOCIALES	600.000
			CAMPAÑA ABONOS	600.000
			CAMPAÑA VERANO 2023	600.000
			LLEGADA ALVIA	500.000
		REBAJAS	400.000	
Total TRANSPORTES, MOVILIDAD Y AGENDA URBANA			34.076.306	
INDUSTRIA, COMERCIO Y TURISMO	CESCE (GRUPO PATRIMONIO)	CAMPAÑA DE PRODUCTOS CESCE	1.064.800	
	EMPRESA NACIONAL DE INNOVACIÓN, S.A. (ENISA - GRUPO PATRIMONIO)	LÍNEAS ENISA 2023	300.000	
	ESCUELA DE ORGANIZACIÓN INDUSTRIAL (EOI)	CAMPAÑA ANUAL DE COMERCIALIZACIÓN DE CURSOS Y POSGRADOS EN ABIERTO	552.236	
	INSTITUTO DE TURISMO DE ESPAÑA (TURESPAÑA)	CAMPAÑAS INTERNACIONALES DE TURESPAÑA	9.200.000	
	PARADORES DE TURISMO DE ESPAÑA (GRUPO PATRIMONIO)	VUELVE A SOÑAR	3.690.500	
Total INDUSTRIA, COMERCIO Y TURISMO			14.807.536	
AGRICULTURA, PESCA Y ALIMENTACIÓN	EXPASA AGRICULTURA Y GANADERÍA S.M.E., S.A. (GRUPO PATRIMONIO)	VISITA A LAS INSTALACIONES DE EXPASA	8.246	
Total AGRICULTURA, PESCA Y ALIMENTACIÓN			8.246	
TRANSICIÓN ECOLÓGICA Y EL RETO DEMOGRÁFICO	FUNDACIÓN CIUDAD DE LA ENERGÍA CIUDEN, F.S.P.	DIFUSIÓN DE ACTIVIDADES EN LA FÁBRICA DE LUZ. MUSEO DE LA ENERGÍA	22.000	
Total TRANSICIÓN ECOLÓGICA Y EL RETO DEMOGRÁFICO			22.000	
CULTURA Y DEPORTE	DIRECCIÓN GENERAL DE PATRIMONIO CULTURAL Y BELLAS ARTES	PROMOCIÓN DE LA RED DE MUSEOS ESTATALES, DE SUS EXPOSICIONES TEMPORALES Y PROGRAMACIÓN CULTURAL	48.000	
	INSTITUTO NACIONAL DE LAS ARTES ESCÉNICAS Y DE LA MÚSICA (INAEM)	PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN DE LAS ARTES ESCÉNICAS Y DE LA MÚSICA A TRAVÉS DE LAS PROGRAMACIONES ARTÍSTICAS Y CENTROS DE PRODUCCIÓN DEPENDIENTES DEL INAEM	1.645.000	
	MUSEO NACIONAL CENTRO DE ARTE REINA SOFÍA	EXPOSICIONES Y ACTIVIDADES CULTURALES DEL MUSEO REINA SOFÍA	80.000	
	MUSEO NACIONAL DEL PRADO	DIFUSIÓN DE EXPOSICIONES Y ACTIVIDADES DEL MUSEO NACIONAL DEL PRADO	938.000	
Total CULTURA Y DEPORTE			2.711.000	

Ministerio	Organismo	Título	Coste
ASUNTOS ECONÓMICOS Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL	INSTITUTO DE CRÉDITO OFICIAL (ICO)	PRODUCTOS FINANCIACIÓN ICO	3.053.832
		ANUNCIOS EN MEDIOS INTERNACIONALES	301.513
Total ASUNTOS ECONÓMICOS Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL			3.355.345
UNIVERSIDADES	UNIVERSIDAD INTERNACIONAL MENÉNDEZ-PELAYO (UIMP)	DIFUSIÓN DE LAS ACTIVIDADES ACADÉMICAS DESARROLLADAS POR LA UNIVERSIDAD INTERNACIONAL MENÉNDEZ PELAYO (UIMP)	103.484
	UNIVERSIDAD NACIONAL DE EDUCACIÓN A DISTANCIA (UNED)	SERVICIO DE PUBLICIDAD Y COMUNICACIÓN DE LA OFERTA FORMATIVA DE LA UNED	200.000
Total UNIVERSIDADES			303.484
SUMA TOTAL			123.125.731



Anexos

Anexo I: Campañas institucionales por ministerio y centro

MINISTERIO	CENTRO DIRECTIVO / ORGANISMO	Nº CAMPAÑAS	COSTE
PRESIDENCIA DEL GOBIERNO	DEPARTAMENTO DE SEGURIDAD NACIONAL	1	30.000
	SECRETARÍA DE ESTADO DE COMUNICACIÓN	1	5.000
Total PRESIDENCIA DEL GOBIERNO		2	35.000
PRESIDENCIA, RELACIONES CON LAS CORTES Y MEMORIA DEMOCRÁTICA	SECRETARÍA DE ESTADO DE MEMORIA DEMOCRÁTICA	1	300.000
	OFICINA DEL COMISIONADO ESPECIAL PARA LA RECONSTRUCCIÓN DE LA ISLA DE LA PALMA	1	200.000
	PATRIMONIO NACIONAL	2	1.000.000
Total PRESIDENCIA, RELACIONES CON LAS CORTES Y MEMORIA DEMOCRÁTICA		4	1.500.000
ASUNTOS EXTERIORES, UNIÓN EUROPEA Y COOPERACIÓN	DIRECCIÓN GENERAL DE COMUNICACIÓN, DIPLOMACIA PÚBLICA Y REDES	2	22.000
Total ASUNTOS EXTERIORES, UNIÓN EUROPEA Y COOPERACIÓN		2	22.000
JUSTICIA	DIRECCIÓN GENERAL DE COOPERACIÓN JURÍDICA INTERNACIONAL Y DERECHOS HUMANOS	1	121.000
	DIRECCIÓN GENERAL DE SEGURIDAD JURÍDICA Y FE PÚBLICA	1	400.000
	DIRECCIÓN GENERAL DE TRANSFORMACIÓN DIGITAL DE LA ADMINISTRACIÓN DE JUSTICIA	2	240.000
	DIRECCIÓN GENERAL PARA EL SERVICIO PÚBLICO DE JUSTICIA	2	140.000
	SECRETARÍA GENERAL PARA LA INNOVACIÓN Y CALIDAD DEL SERVICIO PÚBLICO DE JUSTICIA	2	200.000
	CENTRO DE ESTUDIOS JURÍDICOS	1	72.600
Total JUSTICIA		9	1.173.600
DEFENSA	DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL DE LA DEFENSA	1	75.000
Total DEFENSA		1	75.000
HACIENDA Y FUNCIÓN PÚBLICA	AGENCIA TRIBUTARIA	3	9.943.798
Total HACIENDA Y FUNCIÓN PÚBLICA		3	9.943.798
INTERIOR	DIRECCIÓN GENERAL DE POLÍTICA INTERIOR	11	110.000
	JEFATURA CENTRAL DE TRÁFICO-DGT	1	11.162.000
Total INTERIOR		12	11.272.000
TRANSPORTES, MOVILIDAD Y AGENDA URBANA	TRANSPORTES, MOVILIDAD Y AGENDA URBANA	2	2.700.000
	ENAIRE	1	36.300
	SOCIEDAD DE SALVAMENTO Y SEGURIDAD MARÍTIMA (SASEMAR)	1	26.560
Total TRANSPORTES, MOVILIDAD Y AGENDA URBANA		4	2.762.860
EDUCACIÓN Y FORMACIÓN PROFESIONAL	SECRETARÍA DE ESTADO DE EDUCACIÓN	1	300.000
	SECRETARÍA GENERAL DE FORMACIÓN PROFESIONAL	2	1.850.000
Total EDUCACIÓN Y FORMACIÓN PROFESIONAL		3	2.150.000
TRABAJO Y ECONOMÍA SOCIAL	GABINETE DE LA VICEPRESIDENTA SEGUNDA DEL GOBIERNO	4	1.635.000
	UNIDAD ADMINISTRADORA DEL FONDO SOCIAL EUROPEO	1	18.000
	INSTITUTO NACIONAL DE SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO	2	80.000
	O.ESTATAL INSPECCIÓN DE TRABAJO Y SEGURIDAD SOCIAL	2	40.000
	SERVICIO PÚBLICO DE EMPLEO ESTATAL (SEPE)	2	2.225.000
Total TRABAJO Y ECONOMÍA SOCIAL		11	3.998.000

MINISTERIO	CENTRO DIRECTIVO / ORGANISMO	Nº CAMPAÑAS	COSTE
INDUSTRIA, COMERCIO Y TURISMO	SUBSECRETARÍA	1	108.960
	DIRECCIÓN GENERAL DE INDUSTRIA Y DE LA PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA	1	363.000
	EMPRESA NACIONAL DE INNOVACIÓN, S.A. (ENISA-GRUPO PATRIMONIO)	1	2.400.000
	OFICINA ESPAÑOLA DE PATENTES Y MARCAS (OEPM)	1	1.430.000
Total INDUSTRIA, COMERCIO Y TURISMO		4	4.301.960
AGRICULTURA, PESCA Y ALIMENTACIÓN	DIRECCIÓN GENERAL DE DESARROLLO RURAL, INNOVACIÓN Y FORMACIÓN AGROALIMENTARIA	4	4.417.064
	DIRECCIÓN GENERAL DE LA INDUSTRIA ALIMENTARIA	5	10.091.545
	ENTIDAD ESTATAL DE SEGUROS AGRARIOS (ENESA)	1	395.850
	FONDO ESPAÑOL DE GARANTÍA AGRARIA (FEGA)	1	750.000
Total AGRICULTURA, PESCA Y ALIMENTACIÓN		11	15.654.459
POLÍTICA TERRITORIAL	SECRETARÍA DE ESTADO DE POLÍTICA TERRITORIAL	1	12.000
	SECRETARÍA GENERAL DE COORDINACIÓN TERRITORIAL	1	10.000
Total POLÍTICA TERRITORIAL		2	22.000
TRANSICIÓN ECOLÓGICA Y EL RETO DEMOGRÁFICO	O.A. PARQUES NACIONALES	1	251.000
	SUBSECRETARÍA-OFICINA TÉCNICA DEL MAR MENOR	1	1.000.000
	SECRETARÍA DE ESTADO DE ENERGÍA	1	4.000.000
	INSTITUTO PARA LA DIVERSIFICACIÓN Y AHORRO DE LA ENERGÍA (IDAE)	1	3.630.000
	FUNDACIÓN CIUDAD DE LA ENERGÍA - CIUDEN, F.S.P.	3	95.500
	SECRETARÍA DE ESTADO DE MEDIO AMBIENTE. DIRECCIÓN GENERAL DEL AGUA	1	500.000
	MANCOMUNIDAD DE LOS CANALES DEL TAIBILLA (MCT)	4	112.000
	CONFEDERACIÓN HIDROGRÁFICA DEL CANTÁBRICO	1	53.000
	CONFEDERACIÓN HIDROGRÁFICA DEL DUERO	3	105.000
	CONFEDERACIÓN HIDROGRÁFICA DEL EBRO	6	137.000
	CONFEDERACIÓN HIDROGRÁFICA DEL GUADALQUIVIR	4	330.000
	CONFEDERACIÓN HIDROGRÁFICA DEL GUADIANA	6	87.521
	CONFEDERACIÓN HIDROGRÁFICA DEL MIÑO-SIL	10	143.500
	CONFEDERACIÓN HIDROGRÁFICA DEL SEGURA	2	36.000
	SOCIEDAD ESTATAL DE AGUAS DE LAS CUENCAS DE ESPAÑA (GRUPO PATRIMONIO)	1	15.000
	DIRECCIÓN GENERAL DE LA COSTA Y DEL MAR	2	1.501.141
	DIRECCIÓN GENERAL DE BIODIVERSIDAD, BOSQUES Y DESERTIFICACIÓN	2	2.650.000
FUNDACIÓN BIODIVERSIDAD	3	402.750	
SECRETARÍA GENERAL PARA EL RETO DEMOGRÁFICO	1	300.000	
Total TRANSICIÓN ECOLÓGICA Y EL RETO DEMOGRÁFICO		53	15.349.412
CULTURA Y DEPORTE	SUBSECRETARÍA	1	4.500.000
	SECRETARÍA GENERAL DE CULTURA Y DEPORTE	1	3.690.085
	DIRECCIÓN GENERAL DE INDUSTRIAS CULTURALES, PROPIEDAD INTELECTUAL Y COOPERACIÓN	6	203.235
	DIRECCIÓN GENERAL DEL LIBRO Y FOMENTO DE LA LECTURA	3	180.000
	CONSEJO SUPERIOR DE DEPORTES	2	5.186.461
	INSTITUTO DE LA CINEMATOGRAFÍA Y DE LAS ARTES AUDIOVISUALES (ICAA)	4	58.500
Total CULTURA Y DEPORTE		17	13.818.281

MINISTERIO	CENTRO DIRECTIVO / ORGANISMO	Nº CAMPAÑAS	COSTE
ASUNTOS ECONÓMICOS Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL	SUBSECRETARÍA	2	9.407.000
	SECRETARÍA DE ESTADO DE TELECOMUNICACIONES E INFRAESTRUCTURAS DIGITALES	1	230.000
	INSTITUTO NACIONAL DE CIBERSEGURIDAD DE ESPAÑA, S.A. (INCIBE)	1	8.125.000
	RED.es	3	3.879.650
Total ASUNTOS ECONÓMICOS Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL		7	21.641.650
SANIDAD	DIRECCIÓN GENERAL DE SALUD PÚBLICA	7	3.656.000
	DIRECCIÓN GENERAL DE CARTERA COMÚN DE SERVICIOS DEL SNS Y FARMACIA	1	160.000
	DELEGACIÓN DEL GOBIERNO PARA EL PLAN NACIONAL SOBRE DROGAS	1	690.000
	AGENCIA ESPAÑOLA DE MEDICAMENTOS Y PRODUCTOS SANITARIOS	1	644.700
Total SANIDAD		10	5.150.700
DERECHOS SOCIALES Y AGENDA 2030	SECRETARÍA DE ESTADO DE DERECHOS SOCIALES	1	250.000
	DIRECCIÓN GENERAL DE DERECHOS DE LA INFANCIA Y ADOLESCENCIA	1	1.300.000
	DIRECCIÓN GENERAL DE DIVERSIDAD FAMILIAR Y SERVICIOS SOCIALES	2	2.250.000
	DIRECCIÓN GENERAL DE POLÍTICAS PALANCA PARA EL CUMPLIMIENTO DE LA AGENDA 2030	1	1.300.000
	DIRECCIÓN GENERAL DE DERECHOS DE LOS ANIMALES	1	1.200.000
	INSTITUTO DE LA JUVENTUD	3	285.000
Total DERECHOS SOCIALES Y AGENDA 2030		9	6.585.000
CIENCIA E INNOVACIÓN	SECRETARÍA GENERAL DE INNOVACIÓN	2	23.040
	SECRETARÍA GENERAL DE INVESTIGACIÓN	2	51.000
	CENTRO PARA EL DESARROLLO TECNOLÓGICO Y LA INNOVACIÓN, E.P.E	1	140.000
	FUNDACIÓN ESPAÑOLA PARA LA CIENCIA Y LA TECNOLOGÍA (FECYT)	1	166.980
Total CIENCIA E INNOVACIÓN		6	381.020
IGUALDAD	DELEGACIÓN DEL GOBIERNO CONTRA LA VIOLENCIA DE GÉNERO	1	7.000.000
	SECRETARÍA DE ESTADO DE IGUALDAD Y CONTRA LA VIOLENCIA DE GÉNERO	2	9.503.780
	INSTITUTO DE LAS MUJERES	2	1.518.150
Total IGUALDAD		5	18.021.930
CONSUMO	SECRETARÍA GENERAL DE CONSUMO Y JUEGO	4	637.000
	DIRECCIÓN GENERAL DE CONSUMO	1	220.000
	DIRECCIÓN GENERAL DE ORDENACIÓN DEL JUEGO	2	2.000.000
	AGENCIA ESPAÑOLA DE SEGURIDAD ALIMENTARIA Y NUTRICIÓN	1	180.000
Total CONSUMO		8	3.037.000
INCLUSIÓN, SEGURIDAD SOCIAL Y MIGRACIONES	GABINETE DEL MINISTRO	2	8.596.300
	SUBSECRETARÍA	1	200.000
Total INCLUSIÓN, SEGURIDAD SOCIAL Y MIGRACIONES		3	8.796.300
UNIVERSIDADES	GABINETE DEL MINISTRO	5	290.000
	SECRETARÍA GENERAL DE UNIVERSIDADES	2	4.000
Total UNIVERSIDADES		7	294.000
SUMA TOTAL		193	145.985.970

Anexo II: Campañas institucionales por ministerio y coste

MINISTERIO	CENTRO DIRECTIVO / ORGANISMO	TITULO CAMPAÑA	COSTE	% COSTE CAMPAÑA RESPECTO AL MINISTERIO	% COSTE CAMPAÑA RESPECTO AL TOTAL
PRESIDENCIA DEL GOBIERNO	DEPARTAMENTO DE SEGURIDAD NACIONAL	SEGURIDAD NACIONAL SOMOS TODOS	30.000	85,71%	0,02%
	SECRETARÍA DE ESTADO DE COMUNICACIÓN	ACCIONES DE COMUNICACIÓN EN DÍAS INTERNACIONALES Y CONMEMORACIONES	5.000	14,29%	0,00%
Total PRESIDENCIA DEL GOBIERNO			35.000	100,00%	0,02%
PRESIDENCIA, RELACIONES CON LAS CORTES Y MEMORIA DEMOCRÁTICA	SECRETARÍA DE ESTADO DE MEMORIA DEMOCRÁTICA	INFORMACIÓN Y SENSIBILIZACIÓN SOBRE LOS VALORES DEMOCRÁTICOS Y LA RECUPERACIÓN DE LA MEMORIA DE LAS VÍCTIMAS DE LA GUERRA DE ESPAÑA Y LA DICTADURA FRANQUISTA	300.000	20,00%	0,21%
	OFICINA DEL COMISIONADO ESPECIAL PARA LA RECONSTRUCCIÓN DE LA ISLA DE LA PALMA	DIFUSIÓN DE LAS AYUDAS PREVISTAS EN EL PLAN DE RECONSTRUCCIÓN PARA LA ISLA DE LA PALMA	200.000	13,33%	0,14%
	PATRIMONIO NACIONAL	APERTURA DE LA GALERÍA DE LAS COLECCIONES REALES	800.000	53,33%	0,55%
		CONSOLIDACIÓN DE LA MARCA GALERÍA DE LAS COLECCIONES REALES	200.000	13,33%	0,14%
Total PRESIDENCIA, RELACIONES CON LAS CORTES Y MEMORIA DEMOCRÁTICA			1.500.000	100,00%	1,03%
ASUNTOS EXTERIORES, UNIÓN EUROPEA Y COOPERACIÓN	DIRECCIÓN GENERAL DE COMUNICACIÓN, DIPLOMACIA PÚBLICA Y REDES	VIAJA SEGURO	12.000	54,55%	0,01%
		TU CONSULADO	10.000	45,45%	0,01%
Total ASUNTOS ECONÓMICOS, UNIÓN EUROPEA Y COOPERACIÓN			22.000	100,00%	0,02%
JUSTICIA	DIRECCIÓN GENERAL DE COOPERACIÓN JURÍDICA INTERNACIONAL Y DERECHOS HUMANOS	TRASLADO DE PERSONAS CONDENADAS Y TRÁFICO DE DROGAS EN EL EXTRANJERO	121.000	10,31%	0,08%
	DIRECCIÓN GENERAL DE SEGURIDAD JURÍDICA Y FE PÚBLICA	CAMBIO DEL MODELO DE SERVICIOS DEL REGISTRO CIVIL	400.000	34,08%	0,27%
	DIRECCIÓN GENERAL DE TRANSFORMACIÓN DIGITAL DE LA ADMINISTRACIÓN DE JUSTICIA	NUEVOS PORTALES WEB UNIFICADOS DEL MINISTERIO DE JUSTICIA	120.000	10,22%	0,08%
		REALIZA TRÁMITES ONLINE ANTE LA ADMINISTRACIÓN DE JUSTICIA. UNA MANERA SEGURA Y ACCESIBLE CON EL ESCRITORIO VIRTUAL DE INTERACCIÓN DIGITAL (EVID)	120.000	10,22%	0,08%
	DIRECCIÓN GENERAL PARA EL SERVICIO PÚBLICO DE JUSTICIA	CAMPAÑA PARA PREVENIR LAS AGRESIONES SEXUALES MEDIANTE SUMISIÓN QUÍMICA	70.000	5,96%	0,05%
		SI TE HAN AGREDIDO SEXUALMENTE, ACUDE A UN CENTRO SANITARIO	70.000	5,96%	0,05%
	SECRETARÍA GENERAL PARA LA INNOVACIÓN Y CALIDAD DEL SERVICIO PÚBLICO DE JUSTICIA	NUEVO MODELO ORGANIZATIVO DEL SERVICIO PÚBLICO DE JUSTICIA. POR UNA JUSTICIA EFICIENTE, SOSTENIBLE, CERCANA, ÁGIL Y ADAPTADA A LAS NECESIDADES DE LA CIUDADANÍA	100.000	8,52%	0,07%
		OFICINAS DE JUSTICIA EN LOS MUNICIPIOS. UNA PUERTA ABIERTA A LA JUSTICIA EN CADA MUNICIPIO. POR UNA JUSTICIA SOSTENIBLE, CERCANA, ÁGIL Y ADAPTADA A LAS NECESIDADES DE LA CIUDADANÍA	100.000	8,52%	0,07%
CENTRO DE ESTUDIOS JURÍDICOS	BECAS DEL MINISTERIO DE JUSTICIA PARA LA PREPARACIÓN DE OPOSICIONES	72.600	6,19%	0,05%	
Total JUSTICIA			1.173.600	100,00%	0,80%
DEFENSA	DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL DE LA DEFENSA	ACTUACIONES INSTITUCIONALES DE CONMEMORACIÓN DE DIVERSAS EFEMÉRIDES DE LOS EJÉRCITOS Y LA ARMADA PARA LA DIFUSIÓN DE LA CULTURA DE DEFENSA	75.000	100,00%	0,05%
Total DEFENSA			75.000	100,00%	0,05%
HACIENDA Y FUNCIÓN PÚBLICA	AGENCIA TRIBUTARIA	SENSIBILIZACIÓN FISCAL E INFORMACIÓN Y ASISTENCIA A LA CIUDADANÍA EN EL CUMPLIMIENTO DE SUS OBLIGACIONES FISCALES	9.000.000	90,51%	6,16%
		AYUDA DE 200 EUROS PARA PERSONAS FÍSICAS DE BAJO NIVEL DE INGRESOS Y PATRIMONIO	36.298	0,37%	0,02%
		RECORDATORIO FIN DE PLAZO DE SOLICITUD DE AYUDA DE 200 EUROS PARA PERSONAS FÍSICAS DE BAJO NIVEL DE INGRESOS Y PATRIMONIO	907.500	9,13%	0,62%
Total HACIENDA Y FUNCIÓN PÚBLICA			9.943.798	100,00%	6,81%

MINISTERIO	CENTRO DIRECTIVO / ORGANISMO	TITULO CAMPAÑA	COSTE	% COSTE CAMPAÑA RESPECTO AL MINISTERIO	% COSTE CAMPAÑA RESPECTO AL TOTAL
INTERIOR	DIRECCIÓN GENERAL DE POLÍTICA INTERIOR	LA FECHA Y EL PROCEDIMIENTO DE VOTACIÓN EN LAS ELECCIONES DEL 28 DE MAYO DE 2023	10.000	0,09%	0,01%
		EL EJERCICIO DEL VOTO POR CORREO EN LAS ELECCIONES DEL 28 DE MAYO DE 2023.	10.000	0,09%	0,01%
		INFORMACIÓN A LOS ELECTORES QUE SE ENCUENTREN TEMPORALMENTE EN EL EXTRANJERO EN LAS ELECCIONES DEL 28 DE MAYO DE 2023.	10.000	0,09%	0,01%
		LA EXPOSICIÓN DE LAS LISTAS DEL CENSO ELECTORAL EN LAS ELECCIONES DEL 28 DE MAYO DE 2023.	10.000	0,09%	0,01%
		LA FECHA Y EL PROCEDIMIENTO DE VOTACIÓN EN LAS ELECCIONES A CORTES GENERALES 2023	10.000	0,09%	0,01%
		INFORMACIÓN A LOS ELECTORES SOBRE EL EJERCICIO DEL DERECHO AL VOTO POR CORREO EN LAS ELECCIONES GENERALES 2023	10.000	0,09%	0,01%
		INFORMACIÓN A LOS ELECTORES QUE SE ENCUENTREN TEMPORALMENTE EN EL EXTRANJERO EN LAS ELECCIONES A CORTES GENERALES 2023	10.000	0,09%	0,01%
		CAMPAÑA SOBRE EL EJERCICIO DEL DERECHO DEL VOTO DE LOS ELECTORES RESIDENTES PERMANENTEMENTE EN EL EXTRANJERO(VOTO CERA)	10.000	0,09%	0,01%
		INFORMACIÓN A LAS PERSONAS CIEGAS O CON DISCAPACIDAD VISUAL GRAVE, CONOCEDORAS DEL SISTEMA BRAILLE EN LAS ELECCIONES A CORTES GENERALES 2023	10.000	0,09%	0,01%
		LA EXPOSICIÓN DE LAS LISTAS DEL CENSO ELECTORAL EN LAS ELECCIONES A CORTES GENERALES 2023	10.000	0,09%	0,01%
		INFORMACIÓN SOBRE LA FORMA DE UTILIZAR Y RELLENAR LA PAPELETA PARA ELEGIR A LOS SENADORES EN LAS ELECCIONES A CORTES GENERALES 2023	10.000	0,09%	0,01%
	JEFATURA CENTRAL DE TRÁFICO-DGT	CAMPAÑA PARA LA DIVULGACIÓN DE LA SEGURIDAD VIAL	11.162.000	99,02%	7,65%
Total INTERIOR			11.272.000	100,00%	7,72%
TRANSPORTES, MOVILIDAD Y AGENDA URBANA	TRANSPORTES, MOVILIDAD Y AGENDA URBANA	PLAN DE ACCIONES DE COMUNICACIÓN SOBRE SERVICIOS DE INTERÉS PÚBLICO QUE INFLUYEN E LA CALIDAD DE VIDA DE LA CIUDADANÍA EN EL ÁMBITO DE LA MOVILIDAD Y LA VIVIENDA.	2.000.000	72,39%	1,37%
		PLAN DE ACCIONES DE COMUNICACIÓN EN MATERIA DE VIVIENDA	700.000	25,34%	0,48%
	ENAIRES	DIFUSIÓN DE CONVOCATORIAS DE EMPLEO PÚBLICO	36.300	1,31%	0,02%
	SOCIEDAD DE SALVAMENTO Y SEGURIDAD MARÍTIMA (SASEMAR)	PROYECTO iSAR	26.560	0,96%	0,02%
Total TRANSPORTES, MOVILIDAD Y AGENDA URBANA			2.762.860	100,00%	1,89%
EDUCACIÓN Y FP	SECRETARÍA DE ESTADO DE EDUCACIÓN	BECAS MEFP	300.000	13,95%	0,21%
	SECRETARÍA GENERAL DE FORMACIÓN PROFESIONAL	LA FORMACIÓN PARA LA GENERACIÓN GLOBAL	1.000.000	46,51%	0,68%
		LA NUEVA FORMACIÓN PROFESIONAL	850.000	39,53%	0,58%
Total EDUCACIÓN Y FORMACIÓN PROFESIONAL			2.150.000	100,00%	1,47%

MINISTERIO	CENTRO DIRECTIVO / ORGANISMO	TITULO CAMPAÑA	COSTE	% COSTE CAMPAÑA RESPECTO AL MINISTERIO	% COSTE CAMPAÑA RESPECTO AL TOTAL
TRABAJO Y ECONOMÍA SOCIAL	GABINETE DE LA VICEPRESIDENTA SEGUNDA DEL GOBIERNO	INSPECCIÓN LABORAL	880.000	22,01%	0,60%
		TRABAJO DECENTE	400.000	10,01%	0,27%
		TRABAJO PRECARIO	225.000	5,63%	0,15%
		1 DE MAYO. DÍA INTERNACIONAL DEL TRABAJO	130.000	3,25%	0,09%
	UNIDAD ADMINISTRADORA DEL FONDO SOCIAL EUROPEO	DIFUSIÓN DEL FSE CON MOTIVO DE LA CONMEMORACIÓN DEL "DÍA DE EUROPA".	18.000	0,45%	0,01%
	INSTITUTO NACIONAL DE SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO	DESCONEXIÓN DIGITAL	40.000	1,00%	0,03%
		TRABAJOS A LA INTEMPERIE: RIESGOS RELACIONADOS CON LA TEMPERATURA Y CON LA RADIACIÓN	40.000	1,00%	0,03%
	O.ESTATAL INSPECCIÓN DE TRABAJO Y SEGURIDAD SOCIAL	PLANES DE CHOQUE DE LA ITSS	20.000	0,50%	0,01%
		DIFUSIÓN DE LA LABOR DE LA ITSS	20.000	0,50%	0,01%
	SERVICIO PÚBLICO DE EMPLEO ESTATAL (SEPE)	DIFUSIÓN DE LA NUEVA AGENCIA ESPAÑOLA DE EMPLEO	1.225.000	30,64%	0,84%
DIFUSIÓN DE LA ACTIVIDAD DE LA AGENCIA ESPAÑOLA PARA EL EMPLEO		1.000.000	25,01%	0,68%	
Total TRABAJO Y ECONOMÍA SOCIAL			3.998.000	77,99%	2,74%
INDUSTRIA, COMERCIO Y TURISMO	SUBSECRETARÍA	DIFUSIÓN DE ACCIONES DEL MINISTERIO DE INDUSTRIA, COMERCIO Y TURISMO	108.960	2,53%	0,07%
	DIRECCIÓN GENERAL DE INDUSTRIA Y DE LA PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA	INSTRUMENTOS Y PROGRAMAS FACILITADOS POR DGIPYME PARA EMPRENDEDORES Y PYMES	363.000	8,44%	0,25%
	EMPRESA NACIONAL DE INNOVACIÓN, S.A. (ENISA - GRUPO PATRIMONIO)	ALTO COMISIONADO ESPAÑA NACIÓN EMPRENDEDORA	2.400.000	55,79%	1,64%
	OFICINA ESPAÑOLA DE PATENTES Y MARCAS (OPEM)	CONCIENCIACIÓN Y SENSIBILIZACIÓN SOBRE FALSIFICACIONES DE BIENES Y MERCANCÍAS Y SUS CONSECUENCIAS SOCIALES Y ECONÓMICAS	1.430.000	33,24%	0,98%
	Total INDUSTRIA, COMERCIO Y TURISMO			4.301.960	100,00%
AGRICULTURA, PESCA Y ALIMENTACIÓN	DIRECCIÓN GENERAL DE DESARROLLO RURAL, INNOVACIÓN Y FORMACIÓN AGROALIMENTARIA	CONOCE LA RED DE CAMINOS NATURALES DE ESPAÑA	4.043.000	25,83%	2,77%
		PLATAFORMA DE ASESORES AKIS	135.050	0,86%	0,09%
		PRESENCIA INSTITUCIONAL DE CAMINOS NATURALES EN FERIAS DE ÁMBITO NACIONAL	132.499	0,85%	0,09%
		CREACIÓN DE UN HUB DE INNOVACIÓN DIGITAL PARA EMPRESAS DEL SECTOR AGROALIMENTARIO	106.515	0,68%	0,07%
	DIRECCIÓN GENERAL DE LA INDUSTRIA ALIMENTARIA	ALIMENTOS DE ESPAÑA, POTENCIA ALIMENTARIA	4.506.515	28,79%	3,09%
		ALIMENTOS DE ESPAÑA, EL PAÍS MÁS RICO DEL MUNDO	2.006.515	12,82%	1,37%
		PROMOCIÓN DEL SECTOR AGROALIMENTARIO Y PESQUERO ESPAÑOL	2.006.515	12,82%	1,37%
	ENTIDAD ESTATAL DE SEGUROS AGRARIOS (ENESA)	PARTICIPACIÓN EN FERIAS Y EVENTOS DE CARÁCTER AGROALIMENTARIO Y PESQUERO 2023	1.500.000	9,58%	1,03%
		PREMIOS ALIMENTOS DE ESPAÑA 2023	72.000	0,46%	0,05%
	FONDO ESPAÑOL DE GARANTÍA AGRARIA (FEGA)	PLAN DE SEGUROS AGRARIOS 2023	395.850	2,53%	0,27%
AYUDAS DE LA POLÍTICA AGRÍCOLA COMÚN 2023		750.000	4,79%	0,51%	
Total AGRICULTURA, PESCA Y ALIMENTACIÓN			15.654.459	100,00%	10,72%

MINISTERIO	CENTRO DIRECTIVO / ORGANISMO	TITULO CAMPAÑA	COSTE	% COSTE CAMPAÑA RESPECTO AL MINISTERIO	% COSTE CAMPAÑA RESPECTO AL TOTAL	
POLÍTICA TERRITORIAL	SECRETARÍA DE ESTADO DE POLÍTICA TERRITORIAL	DIFUNDIR EL PROCESO DE FUSIÓN DE LOS AYUNTAMIENTOS DE DON BENITO Y VILLANUEVA DE LA SERENA	12.000	54,55%	0,01%	
	SECRETARÍA GENERAL DE COORDINACIÓN TERRITORIAL	LA ADMINISTRACIÓN CERCA DE TI	10.000	45,45%	0,01%	
Total POLÍTICA TERRITORIAL			22.000	100,00%	0,02%	
TRANSICIÓN ECOLÓGICA Y EL RETO DEMOGRÁFICO	O.A. PARQUES NACIONALES	MARCA "RESERVAS DE LA BIOSFERA ESPAÑOLAS"	251.000	1,64%	0,17%	
	SUBSECRETARÍA-OFICINA TÉCNICA DEL MAR MENOR	SENSIBILIZACIÓN SOBRE LA SITUACIÓN DEL MAR MENOR Y LA IMPORTANCIA DE SU RECUPERACIÓN	1.000.000	6,51%	0,68%	
	SECRETARÍA DE ESTADO DE ENERGÍA	BENEFICIOS DE LA TRANSICIÓN ENERGÉTICA	4.000.000	26,06%	2,74%	
	INSTITUTO PARA LA DIVERSIFICACIÓN Y AHORRO DE LA ENERGÍA (IDAE)	EL CIUDADANO COMO ACTOR CLAVE EN LA TRANSICIÓN ENERGÉTICA	3.630.000	23,65%	2,49%	
	FUNDACIÓN CIUDAD DE LA ENERGÍA - CIUDEN, F.S.P.	APERTURA DE NUEVO ESPACIO CULTURAL		61.500	0,40%	0,04%
		ACTIVIDAD DE CIUDEN		17.000	0,11%	0,01%
		LA FÁBRICA DE LUZ. MUSEO DE LA ENERGÍA: PATRIMONIO INDUSTRIAL, HISTORIA Y ACTIVIDAD		17.000	0,11%	0,01%
	SECRETARÍA DE ESTADO DE MEDIO AMBIENTE. DIRECCIÓN GENERAL DEL AGUA	PUESTA EN VALOR DE LA PROTECCIÓN DEL AGUA A TRAVÉS DE LA DIGITALIZACIÓN (PERTE DIGITALIZACIÓN DEL CICLO DEL AGUA)	500.000	3,26%	0,34%	
	MANCOMUNIDAD DE LOS CANALES DEL TAIBILLA (MCT)	AHORRO DE AGUA		75.000	0,49%	0,05%
		DIVULGACIÓN DE LA ACTIVIDAD QUE REALIZA LA MANCOMUNIDAD DE LOS CANALES DEL TAIBILLA		25.000	0,16%	0,02%
		DÍA MUNDIAL DEL AGUA		6.000	0,04%	0,00%
		DÍA MUNDIAL DEL MEDIO AMBIENTE		6.000	0,04%	0,00%
	CONFEDERACIÓN HIDROGRÁFICA DEL CANTÁBRICO	ACTUALIDAD DE LA CONFEDERACIÓN HIDROGRÁFICA DEL CANTÁBRICO	53.000	0,35%	0,04%	
	CONFEDERACIÓN HIDROGRÁFICA DEL DUERO	ACTUALIDAD DE LA CONFEDERACIÓN HIDROGRÁFICA DEL DUERO		75.000	0,49%	0,05%
		DÍA MUNDIAL DE AGUA		15.000	0,10%	0,01%
		DÍA MUNDIAL DEL MEDIO AMBIENTE		15.000	0,10%	0,01%
	CONFEDERACIÓN HIDROGRÁFICA DEL EBRO	NAVEGACIÓN Y ESPECIES INVASORAS EN LOS EMBALSES NAVIGABLES DE LA CUENCA DEL EBRO		45.000	0,29%	0,03%
		VISIBILIZAR LA IMPORTANCIA DE LA GESTIÓN DEL AGUA EN LA CUENCA DEL EBRO		25.000	0,16%	0,02%
		TUTORIALES ACCESO SERVICIOS EN SEDE ELECTRÓNICA		20.000	0,13%	0,01%
		EL CAMINO DE SANTIAGO. DESARROLLO TERRITORIAL DEL ENTORNO DEL EMBALSE DE YESA		20.000	0,13%	0,01%
DIVULGACIÓN EN LA CUENCA DEL EBRO			15.000	0,10%	0,01%	
CONFEDERACIÓN HIDROGRÁFICA DEL GUADALQUIVIR	DÍA MUNDIAL DEL AGUA		12.000	0,08%	0,01%	
	ACTUALIDAD E INFORMACIÓN DE INTERÉS PÚBLICO DE LA CONFEDERACIÓN HIDROGRÁFICA DEL GUADALQUIVIR.		150.000	0,98%	0,10%	
	SEQUÍA EN LA CUENCA DEL GUADALQUIVIR		70.000	0,46%	0,05%	
	DÍA MUNDIAL DEL AGUA		60.000	0,39%	0,04%	
	EDUCACIÓN AMBIENTAL CHG		50.000	0,33%	0,03%	


MINISTERIO	CENTRO DIRECTIVO / ORGANISMO	TITULO CAMPAÑA	COSTE	% COSTE CAMPAÑA RESPECTO AL MINISTERIO	% COSTE CAMPAÑA RESPECTO AL TOTAL	
TRANSICIÓN ECOLÓGICA Y EL RETO DEMOGRÁFICO	CONFEDERACIÓN HIDROGRÁFICA DEL GUADIANA	PREVENCIÓN DE ESPECIES EXÓTICAS INVASORAS	24.700	0,16%	0,02%	
		LUCHA CONTRA LA SEQUÍA Y ADAPTACIÓN AL CAMBIO CLIMÁTICO	24.700	0,16%	0,02%	
		BASURAS Y VERTIDOS EN EL DPH	24.700	0,16%	0,02%	
		ADQUISICIÓN DE DERECHOS EN EL ALTO GUADIANA	4.474	0,03%	0,00%	
		DÍA MUNDIAL DEL AGUA	4.474	0,03%	0,00%	
		AHORRO DE AGUA	4.474	0,03%	0,00%	
	CONFEDERACIÓN HIDROGRÁFICA DEL MIÑO-SIL	PLANES DE EMERGENCIA DE PRESAS: QUÉ HACER Y CÓMO	15.000	0,10%	0,01%	
		DIA MUNDIAL DEL AGUA	15.000	0,10%	0,01%	
		PENSEMOS A FUTURO- DIA MUNDIAL DEL MEDIO AMBIENTE	15.000	0,10%	0,01%	
		ECONOMÍA, MEDIO AMBIENTE, DESARROLLO SOSTENIBLE: RÍO LIMIA	15.000	0,10%	0,01%	
		LA CHMS CUIDA TUS RÍOS	15.000	0,10%	0,01%	
		PORQUE CADA GOTA CUENTA	15.000	0,10%	0,01%	
		ACTUACIONES COFINANCIADAS CON FONDOS FEDER	14.000	0,09%	0,01%	
		SALVANDO OBSTACULOS	13.000	0,08%	0,01%	
		EL VALOR DE LOS RÍOS: PROTECCIÓN Y CONSERVACIÓN	13.000	0,08%	0,01%	
		PROYECTOS POCTEP	13.500	0,09%	0,01%	
	CONFEDERACIÓN HIDROGRÁFICA DEL SEGURA	DIA MUNDIAL DEL AGUA	18.000	0,12%	0,01%	
		DIA MUNDIAL DEL MEDIO AMBIENTE	18.000	0,12%	0,01%	
	SOCIEDAD ESTATAL AGUAS DE LAS CUENCAS DE ESPAÑA (GRUPO PATRIMONIO)	DÍA MUNDIAL DEL AGUA	15.000	0,10%	0,01%	
	DIRECCIÓN GENERAL DE LA COSTA Y EL MAR	NUESTRA COSTA, UNA GRAN DEFENSA FRENTE A LOS EFECTOS DEL CAMBIO CLIMÁTICO	1.485.000	9,67%	1,02%	
		LA PROTECCIÓN DEL MEDIO MARINO, UN MAR PARA TODOS	16.141	0,11%	0,01%	
	DIRECCIÓN GENERAL DE BIODIVERSIDAD, BOSQUES Y DESERTIFICACIÓN	GESTIÓN FORESTAL SOSTENIBLE Y PREVENCIÓN DE INCENDIOS FORESTALES	1.850.000	12,05%	1,27%	
		VISIBILIZACIÓN DEL VALOR DE LA BIODIVERSIDAD, DEL PATRIMONIO NATURAL Y DE SUS SERVICIOS AMBIENTALES	800.000	5,21%	0,55%	
	FUNDACIÓN BIODIVERSIDAD	CAMBIAR LOS ESTILOS DE VIDA PARA RECUPERAR LA NATURALEZA	242.000	1,58%	0,17%	
		ESTRATEGIA NACIONAL DE INFRAESTRUCTURA VERDE	90.750	0,59%	0,06%	
		PROGRAMA DE SENSIBILIZACIÓN ACERCA DE LOS HÁBITOS SALUDABLES Y ESTILOS DE VIDA SOSTENIBLES	70.000	0,46%	0,05%	
	SECRETARÍA GENERAL PARA EL RETO DEMOGRÁFICO	COHESIÓN TERRITORIAL EN ESPAÑA, RETOS Y OPORTUNIDADES	300.000	1,95%	0,21%	
	Total TRANSICIÓN ECOLÓGICA Y EL RETO DEMOGRÁFICO			15.349.412	100,00%	10,51%

MINISTERIO	CENTRO DIRECTIVO / ORGANISMO	TITULO CAMPAÑA	COSTE	% COSTE CAMPAÑA RESPECTO AL MINISTERIO	% COSTE CAMPAÑA RESPECTO AL TOTAL	
CULTURA Y DEPORTE	SUBSECRETARÍA	PROMOCIÓN DEL BONO CULTURAL JOVEN 2023	4.500.000	32,57%	3,08%	
	SECRETARÍA GENERAL DE CULTURA Y DEPORTE	RENACIMIENTO CULTURAL 2023	3.690.085	26,70%	2,53%	
	DIRECCIÓN GENERAL DE INDUSTRIAS CULTURALES, PROPIEDAD INTELECTUAL Y COOPERACIÓN	SENSIBILIZACIÓN CONTRA LA VULNERACIÓN DE DERECHOS DE PROPIEDAD INTELECTUAL EN INTERNET	164.500	1,19%	0,11%	
		PROGRAMAS EUROPEOS "EUROPA CREATIVA" Y "CIUDADANOS, IGUALDAD, DERECHOS Y VALORES"	21.105	0,15%	0,01%	
		DIFUSIÓN DE LAS ACTIVIDADES DEL PROGRAMA CULTURA Y CIUDADANÍA	8.630	0,06%	0,01%	
		CONVOCATORIA DEL PREMIO NACIONAL DE TELEVISIÓN 2023	3.000	0,02%	0,00%	
		CONVOCATORIA DEL PREMIO NACIONAL DE DISEÑO DE MODA 2023	3.000	0,02%	0,00%	
		CONVOCATORIA DEL PREMIO NACIONAL DE FOMENTO DE LA CREATIVIDAD DEL JUGUETE 2023	3.000	0,02%	0,00%	
		PLAN DE FOMENTO DE LA LECTURA 2021-2024 (#PACTO POR LA LECTURA)	150.000	1,09%	0,10%	
	DIRECCIÓN GENERAL DEL LIBRO Y FOMENTO DE LA LECTURA	eBIBLIO	15.000	0,11%	0,01%	
		PREGUNTE: LAS BIBLIOTECAS RESPONDEN	15.000	0,11%	0,01%	
		IGUALES EN EL DEPORTE, SOBRE LA NECESARIA VISIBILIDAD DE LA MUJER, DEL COLECTIVO LGTBI Y DEL COLECTIVO DE PERSONAS CON DISCAPACIDAD EN EL DEPORTE	3.204.961	23,19%	2,20%	
	CONSEJO SUPERIOR DE DEPORTES	ACTIVIDAD FÍSICA Y DEPORTE BENEFICIOSOS PARA LA SALUD	1.981.500	14,34%	1,36%	
		PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN DE LA CINEMATOGRAFÍA ESPAÑOLA 2023	18.000	0,13%	0,01%	
	INSTITUTO DE LA CINEMATOGRAFÍA Y DE LAS ARTES AUDIOVISUALES (ICAA)	06 OCT - DÍA DEL CINE ESPAÑOL 2023	18.000	0,13%	0,01%	
		PROGRAMACIÓN DE FILMOTECA ESPAÑOLA Y DE EFEMÉRIDES E HITOS DEL CINE ESPAÑOL EN 2023	12.500	0,09%	0,01%	
		PREMIO NACIONAL DE CINEMATOGRAFÍA 2023	10.000	0,07%	0,01%	
	Total CULTURA Y DEPORTE			13.818.281	100,00%	9,47%
	ASUNTOS ECONÓMICOS Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL	SUBSECRETARÍA	DIFUSIÓN Y VISIBILIZACIÓN DE LA AGENDA ESPAÑA DIGITAL 2026	7.387.000	34,13%	5,06%
			VISIBILIZACIÓN DEL PLAN DE RECUPERACIÓN	2.020.000	9,33%	1,38%
SECRETARÍA DE ESTADO DE TELECOMUNICACIONES E INFRAESTRUCTURAS DIGITALES		UNIVERSALIZACIÓN DE LAS INFRAESTRUCTURAS DIGITALES PARA LA COHESIÓN 2022-2023 (UNICO)	230.000	1,06%	0,16%	
INSTITUTO NACIONAL DE CIBERSEGURIDAD DE ESPAÑA, S.A. (INCIBE)		DIFUSIÓN DE SERVICIOS PÚBLICOS Y CONCIENCIACIÓN EN CIBERSEGURIDAD PARA CIUDADANOS Y EMPRESAS 2023	8.125.000	37,54%	5,57%	
RED.ES		KIT DIGITAL	2.806.550	12,97%	1,92%	
		GENERACIÓN D	560.000	2,59%	0,38%	
		CIUDADES INTELIGENTES	513.100	2,37%	0,35%	
Total ASUNTOS ECONÓMICOS Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL			21.641.650	100,00%	14,82%	

MINISTERIO	CENTRO DIRECTIVO / ORGANISMO	TITULO CAMPAÑA	COSTE	% COSTE CAMPAÑA RESPECTO AL MINISTERIO	% COSTE CAMPAÑA RESPECTO AL TOTAL
SANIDAD	DIRECCIÓN GENERAL DE SALUD PÚBLICA	PROMOCIÓN Y PREVENCIÓN EN EL ÁMBITO DE LA SALUD PÚBLICA	1.540.000	29,90%	1,05%
		PREVENCIÓN DEL TABAQUISMO Y PROTECCIÓN DE LA SALUD	1.000.000	19,41%	0,68%
		PREVENCIÓN Y PROMOCIÓN DE LA SALUD MENTAL.	540.000	10,48%	0,37%
		PREVENCIÓN DEL VIH Y OTRAS ITS	300.000	5,82%	0,21%
		INFORMACIÓN Y PROMOCIÓN DE LA VACUNACIÓN ESTACIONAL	120.000	2,33%	0,08%
		PROMOCIÓN DE LA DONACIÓN DE PLASMA	120.000	2,33%	0,08%
		PROMOCIÓN DE LA CIENCIA CIUDADANA EN LA PREVENCIÓN Y CONTROL DE ENFERMEDADES	36.000	0,70%	0,02%
	DIRECCIÓN GENERAL DE CARTERA COMÚN DE SERVICIOS DEL SNS Y FARMACIA	INFORMACIÓN SOBRE LA RED ESPAÑOLA DE AGENCIAS DE EVALUACIÓN DE TECNOLOGÍAS SANITARIAS Y PRESTACIONES DEL SNS (REDETS)	160.000	3,11%	0,11%
	DELEGACIÓN DEL GOBIERNO PARA EL PLAN NACIONAL SOBRE DROGAS	SENSIBILIZACIÓN SOBRE EL JUEGO DE APUESTAS	690.000	13,40%	0,47%
	AGENCIA ESPAÑOLA DE MEDICAMENTOS Y PRODUCTOS SANITARIOS	CONCIENCIACIÓN PARA EL USO PRUDENTE DE LOS ANTIBIÓTICOS	644.700	12,52%	0,44%
Total SANIDAD			5.150.700	100,00%	3,53%
DERECHOS SOCIALES Y AGENDA 2030	SECRETARÍA DE ESTADO DE DERECHOS SOCIALES	CAMBIO DE MODELO DE CUIDADOS DE LARGA DURACIÓN: DESINSTITUCIONALIZACIÓN	250.000	3,80%	0,17%
	DIRECCIÓN GENERAL DE DERECHOS DE LA INFANCIA Y LA ADOLESCENCIA	SENSIBILIZACIÓN CONTRA LA VIOLENCIA HACIA LA INFANCIA Y LA ADOLESCENCIA	1.300.000	19,74%	0,89%
	DIRECCIÓN GENERAL DE DIVERSIDAD FAMILIAR Y SERVICIOS SOCIALES	UN PAÍS QUE NOS CUIDA	2.000.000	30,37%	1,37%
		SENSIBILIZACIÓN SOBRE LOS SERVICIOS SOCIALES PÚBLICOS	250.000	3,80%	0,17%
	DIRECCIÓN GENERAL DE POLÍTICAS PALANCA PARA EL CUMPLIMIENTO DE LA AGENDA 2030	PELEA EL FUTURO	1.300.000	19,74%	0,89%
	DIRECCIÓN GENERAL DE DERECHOS DE LOS ANIMALES	UN PAÍS MÁS HUMANO	1.200.000	18,22%	0,82%
	INSTITUTO DE LA JUVENTUD	CONTRA DISCURSOS DE ODIO	140.000	2,13%	0,10%
		CARNET JOVEN EUROPEO	120.000	1,82%	0,08%
		EURODESK	25.000	0,38%	0,02%
	Total DERECHOS SOCIALES Y AGENDA 2030			6.585.000	100,00%
CIENCIA E INNOVACIÓN	SECRETARÍA GENERAL DE INNOVACIÓN	ACTO DE ENTREGA DE LOS PREMIOS NACIONALES DE INNOVACIÓN Y DE DISEÑO 2022	16.940	4,45%	0,01%
		PREMIOS NACIONALES DE INNOVACIÓN Y DE DISEÑO 2023	6.100	1,60%	0,00%
	SECRETARÍA GENERAL DE INVESTIGACIÓN	DIFUSIÓN DE LAS PERSONAS GALARDONADAS CON LOS PREMIOS NACIONALES DE INVESTIGACIÓN Y LOS PREMIOS NACIONALES DE INVESTIGACIÓN PARA JÓVENES CORRESPONDIENTE A 2022	45.000	11,81%	0,03%
		DIFUSIÓN DE LA CONVOCATORIA DE LOS PREMIOS NACIONALES DE INVESTIGACIÓN Y DE LOS PREMIOS NACIONALES DE INVESTIGACIÓN PARA JÓVENES 2023	6.000	1,57%	0,00%
	CENTRO PARA EL DESARROLLO TECNOLÓGICO Y LA INNOVACIÓN, E.P.E	AYUDAS PÚBLICAS PARA ESTIMULAR LA I+D EMPRESARIAL Y LA INNOVACIÓN	140.000	36,74%	0,10%
	FUNDACIÓN ESPAÑOLA PARA LA CIENCIA Y LA TECNOLOGÍA (FECYT)	AÑO DE INVESTIGACIÓN SANTIAGO RAMÓN Y CAJAL	166.980	43,82%	0,11%
Total CIENCIA E INNOVACIÓN			381.020	100,00%	0,26%

MINISTERIO	CENTRO DIRECTIVO / ORGANISMO	TITULO CAMPAÑA	COSTE	% COSTE CAMPAÑA RESPECTO AL MINISTERIO	% COSTE CAMPAÑA RESPECTO AL TOTAL
IGUALDAD	DELEGACIÓN DE GOBIERNO CONTRA LA VIOLENCIA DE GÉNERO	CONCIENCIACIÓN SOCIAL CONTRA LAS DISTINTAS FORMAS DE VIOLENCIA CONTRA LAS MUJERES DURANTE 2023	7.000.000	38,84%	4,79%
	SECRETARÍA DE ESTADO DE IGUALDAD Y CONTRA LA VIOLENCIA DE GÉNERO	PROMOCIÓN DE LA IGUALDAD, LA PUESTA EN VALOR DE SOCIEDADES DIVERSAS Y LA NO DISCRIMINACIÓN 2023-2024	6.638.780	36,84%	4,55%
		CONCIENCIACIÓN EN MATERIA DE CORRESPONSABILIDAD ENTRE MUJERES Y HOMBRES PARA EL REPARTO EFECTIVO DEL TRABAJO DE CUIDADOS	2.865.000	15,90%	1,96%
	INSTITUTO DE LAS MUJERES	PUESTA EN VALOR DE LA PARTICIPACIÓN DE LAS MUJERES EN EL AVANCE DE LA IGUALDAD EN NUESTRO PAÍS	1.500.000	8,32%	1,03%
		CONMEMORACIÓN DEL 40 ANIVERSARIO DEL INSTITUTO DE LAS MUJERES	18.150	0,10%	0,01%
Total IGUALDAD			18.021.930	100,00%	12,34%
CONSUMO	SECRETARÍA GENERAL DE CONSUMO Y JUEGO	CONCIENCIACIÓN SOBRE CONSUMO SOSTENIBLE	300.000	9,88%	0,21%
		CONCIENCIACIÓN SOBRE LA HUELLA DEL CONSUMO	157.000	5,17%	0,11%
		CONCIENCIACIÓN SOBRE CONSUMO RESPONSABLE	100.000	3,29%	0,07%
		CONCIENCIACIÓN SOBRE REPARABILIDAD	80.000	2,63%	0,05%
	DIRECCIÓN GENERAL DE CONSUMO	PROMOCIÓN DE DERECHOS DE LAS PERSONAS CONSUMIDORAS	220.000	7,24%	0,15%
	DIRECCIÓN GENERAL DE ORDENACIÓN DEL JUEGO	LA EXISTENCIA DE LAS CAJAS BOTÍN Y DEL PELIGRO DE SU UTILIZACIÓN POR PARTE DE LAS PERSONAS MENORES DE EDAD	1.300.000	42,81%	0,89%
		CONCIENCIACIÓN SOBRE LOS RIESGOS DEL CONSUMO DE JUEGOS DE AZAR Y APUESTAS	700.000	23,05%	0,48%
	AGENCIA ESPAÑOLA DE SEGURIDAD ALIMENTARIA Y NUTRICIÓN	ALIMENTACIÓN SEGURA, SALUDABLE Y SOSTENIBLE EN CENTROS EDUCATIVOS	180.000	5,93%	0,12%
Total CONSUMO			3.037.000	100,00%	2,08%
INCLUSIÓN, SEGURIDAD SOCIAL Y MIGRACIONES	GABINETE DEL MINISTRO	INFORMACIÓN SOBRE LAS MODIFICACIONES EN LA COTIZACIÓN DE LOS AUTÓNOMOS	3.536.300	40,20%	2,42%
		DIFUSIÓN DE ACCIONES FORMATIVAS SOBRE PENSIONES	5.060.000	57,52%	3,47%
	SUBSECRETARÍA	PROMOCIÓN EL ACCESO A LA FUNCIÓN PÚBLICA A TRAVÉS DE LOS CUERPOS ESPECÍFICOS DE LA SEGURIDAD SOCIAL	200.000	2,27%	0,14%
Total INCLUSIÓN, SEGURIDAD SOCIAL Y MIGRACIONES			8.796.300	100,00%	6,03%
UNIVERSIDADES	GABINETE DEL MINISTRO	ACCIONES DEL MINISTERIO DE UNIVERSIDADES DURANTE EL CURSO 2023	223.000	75,85%	0,15%
		PRESIDENCIA ESPAÑOLA DEL CONSEJO DE LA UE EN MATERIA DE UNIVERSIDADES	40.000	13,61%	0,03%
		SEGREGACIÓN DE GÉNERO DE LOS ESTUDIOS UNIVERSITARIOS	11.000	3,74%	0,01%
		EL ESTADO DE BIENESTAR Y LA SALUD MENTAL EN LA POBLACIÓN UNIVERSITARIA	9.000	3,06%	0,01%
		DIFERENTES INICIATIVAS DE CIENCIA CIUDADANA PUESTAS EN MARCHA POR EL MINISTERIO DE UNIVERSIDADES	7.000	2,38%	0,00%
	SECRETARÍA GENERAL DE UNIVERSIDADES	CERTAMEN ARQUÍMEDES DE INTRODUCCIÓN A LA INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA	2.000	0,68%	0,00%
		CERTAMEN JÓVENES INVESTIGADORES DE INTRODUCCIÓN A LA INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA	2.000	0,68%	0,00%
		Total UNIVERSIDADES			294.000
SUMA TOTAL			145.985.970		100,00%

Anexo III: Relación de campañas institucionales 2023

PRESIDENCIA DEL GOBIERNO	
 DSN	DEPARTAMENTO DE SEGURIDAD NACIONAL
SEGURIDAD NACIONAL SOMOS TODOS	
Objetivo y sentido: INFORMAR SOBRE LA TRASCENDENCIA DE LA SEGURIDAD NACIONAL COMO UNA POLÍTICA DE ESTADO EN LA QUE ESTÁ IMPLICADA TODA LA ADMINISTRACIÓN PÚBLICA Y EN LA QUE ES NECESARIA LA IMPLICACIÓN Y CORRESPONSABILIDAD DE TODA LA SOCIEDAD. EN TODOS SUS ÁMBITOS, LA SEGURIDAD ES UNA CONDICIÓN IMPRESCINDIBLE PARA EL CRECIMIENTO DEL SER HUMANO Y EL PROGRESIVO DESARROLLO DE SU VIDA EN COMUNIDAD. SIN SEGURIDAD ES IMPOSIBLE CIMENTAR LA LIBERTAD, EL PROGRESO Y EL BIENESTAR DE LA CIUDADANÍA Y LA SOCIEDAD, QUE SON LA BASE ESENCIAL SOBRE LA QUE SE CONSTRUYE Y ASIENTA EL ESTADO.	
Ejecución: Anual	Periodo de ejecución: Del 1 de febrero al 31 de diciembre de 2023
Coste: 30.000	
Aplicación presupuestaria: Subconcepto 226.02	
Saporte: Internet y otras herramientas: redes sociales propias	
Difusión: Nacional	Idioma: Castellano
Población objetivo de la campaña: General	
Medidas accesibilidad: Subtitulación	

SECRETARÍA DE ESTADO DE COMUNICACIÓN	
ACCIONES DE COMUNICACIÓN EN DÍAS INTERNACIONALES Y CONMEMORACIONES	
Objetivo y sentido: DIVULGAR E INFORMAR A LA CIUDADANÍA ACERCA DE ANIVERSARIOS, CONMEMORACIONES Y OTRAS ACTIVIDADES CON PROYECCIÓN PÚBLICA.	
Ejecución: Anual	Periodo de ejecución: Del 1 de febrero de 2023 al 31 de diciembre de 2023
Coste: 5.000	
Aplicación presupuestaria: Subconcepto 226.02	
Saporte: Otras herramientas: Redes sociales y webs institucionales	
Difusión: Nacional	Idioma: Castellano
Población objetivo de la campaña: General	
Medidas accesibilidad: Subtitulación	

MINISTERIO DE LA PRESIDENCIA, RELACIONES CON LAS CORTES Y MEMORIA DEMOCRÁTICA

SECRETARÍA DE ESTADO DE MEMORIA DEMOCRÁTICA

INFORMACIÓN Y SENSIBILIZACIÓN SOBRE LOS VALORES DEMOCRÁTICOS Y LA RECUPERACIÓN DE LA MEMORIA DE LAS VÍCTIMAS DE LA GUERRA DE ESPAÑA Y LA DICTADURA FRANQUISTA.

Objetivo y sentido: INFORMACIÓN Y SENSIBILIZACIÓN SOBRE LA CONSTRUCCIÓN Y DEFENSA DE LOS VALORES DEMOCRÁTICOS Y LOS DERECHOS Y LIBERTADES FUNDAMENTALES A LO LARGO DE LA HISTORIA CONTEMPORÁNEA DE ESPAÑA Y PARA PROMOVER LA REPARACIÓN MORAL Y LA RECUPERACIÓN DE LA MEMORIA PERSONAL, FAMILIAR Y COLECTIVA DE LAS VÍCTIMAS DE LA GUERRA DE ESPAÑA Y LA DICTADURA FRANQUISTA.

Ejecución: Anual **Periodo de ejecución:** Del 1 de febrero al 31 de diciembre de 2023

Coste: 300.000

Aplicación presupuestaria: Subconcepto 226.02

Soporte: Radio, prensa, revistas, Internet y exterior

Difusión: Nacional **Idioma:** Castellano, catalán, gallego y euskera

Población objetivo de la campaña: General e Infantil/juvenil

Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción, lenguaje de signos y lectura fácil

OFICINA DEL COMISIONADO ESPECIAL PARA LA RECONSTRUCCIÓN DE LA ISLA DE LA PALMA

DIFUSIÓN DE LAS AYUDAS PREVISTAS EN EL PLAN DE RECONSTRUCCIÓN PARA LA ISLA DE LA PALMA

Objetivo y sentido: EL PRIMER TRIMESTRE DE 2023 SE PREVÉ LA APROBACIÓN DEL PLAN DE RECONSTRUCCIÓN PARA LA ISLA DE LA PALMA, QUE TENDRÁ UN CARÁCTER PLURIANUAL Y CONTENDRÁ DIFERENTES LÍNEAS DE ACCIÓN Y AYUDAS, CON DISTINTOS DESTINATARIOS EN LA ISLA DE LA PALMA. CON MOTIVO DE LA RECONSTRUCCIÓN TRAS LA ERUPCIÓN DEL VOLCÁN CUMBRE VIEJA EN DICHA ISLA, SE PRETENDE DAR CONOCIMIENTO DE TODAS LAS LÍNEAS Y AYUDAS QUE SE PONDRÁN A DISPOSICIÓN, PARA LOGRAR SU DIFUSIÓN Y QUE TODOS LOS POSIBLES PERCEPTORES PUEDAN ACCEDER A ELLAS.

Ejecución: Anual **Periodo de ejecución:** Del 1 de septiembre al 30 de noviembre de 2023

Coste: 200.000

Aplicación presupuestaria: Concepto 226

Soporte: Radio, prensa y otras herramientas: portal web y redes sociales propias

Difusión: Nacional **Idioma:** Castellano

Población objetivo de la campaña: General

MINISTERIO DE LA PRESIDENCIA, RELACIONES CON LAS CORTES Y MEMORIA DEMOCRÁTICA**PATRIMONIO NACIONAL****APERTURA DE LA GALERÍA DE LAS COLECCIONES REALES**

Objetivo y sentido: DAR A CONOCER LA NUEVA GALERÍA DE LAS COLECCIONES REALES QUE SE ABRIRÁ EN VERANO DE 2023 Y ATRAER A LOS POTENCIALES VISITANTES.

Ejecución: Anual **Periodo de ejecución:** Del 1 de marzo al 31 de agosto de 2023

Coste: 800.000

Aplicación presupuestaria: Subconcepto 226.02

SopORTE: Radio, prensa, revistas, Internet, exterior, cine y otras herramientas: redes sociales propias

Difusión: Nacional **Idioma:** Castellano, catalán, gallego y euskera **Evaluación:** Posttest

Población objetivo de la campaña: General

Medidas accesibilidad: Subtitulación

CONSOLIDACIÓN DE LA MARCA GALERÍA DE LAS COLECCIONES REALES

Objetivo y sentido: TRAS LA PRIMERA CAMPAÑA PARA DAR A CONOCER LA APERTURA DE LA GALERÍA, CONSOLIDAR LA IMAGEN DE LA GALERÍA DE LAS COLECCIONES REALES Y CONSEGUIR POSICIONAR LA NUEVA MARCA.

Ejecución: Anual **Periodo de ejecución:** Del 1 de septiembre al 30 de noviembre de 2023

Coste: 200.000

Aplicación presupuestaria: Subconcepto 226.02

SopORTE: Radio, prensa, revistas, Internet y otras herramientas: redes sociales propias

Difusión: Nacional **Idioma:** Castellano, catalán, gallego y euskera

Población objetivo de la campaña: General

Medidas accesibilidad: Subtitulación

MINISTERIO DE ASUNTOS EXTERIORES, UNIÓN EUROPEA Y COOPERACIÓN**DIRECCIÓN GENERAL DE COMUNICACIÓN, DIPLOMACIA PÚBLICA Y REDES****VIAJA SEGURO**

Objetivo y sentido: INFORMAR Y SENSIBILIZAR A LOS ESPAÑOLES QUE VIAJEN AL EXTRANJERO SOBRE LAS RECOMENDACIONES DE VIAJE, MEDIANTE DATOS ÚTILES Y CONSEJOS PRÁCTICOS PARA UN VIAJE SEGURO.

Ejecución: Anual **Periodo de ejecución:** Del 1 de enero al 31 de diciembre de 2023

Coste: 12.000

Aplicación presupuestaria: Concepto 640

SopORTE: Internet y exterior

Difusión: Internacional **Idioma:** Castellano

Población objetivo de la campaña: General, estudiantes, tercera edad y trabajadores

Medidas accesibilidad: Subtitulación

MINISTERIO DE ASUNTOS EXTERIORES, UNIÓN EUROPEA Y COOPERACIÓN	
DIRECCIÓN GENERAL DE COMUNICACIÓN, DIPLOMACIA PÚBLICA Y REDES	
TU CONSULADO	
Objetivo y sentido: INFORMAR Y SENSIBILIZAR A LOS ESPAÑOLES RESIDENTES EN EL EXTRANJERO ACERCA DE LOS TRÁMITES QUE PUEDEN Y DEBEN HACER EN LOS CONSULADOS Y EMBAJADAS DE ESPAÑA EN EL EXTERIOR ASÍ COMO LOS QUE NO PUEDEN.	
Ejecución: Anual	Periodo de ejecución: Del 1 de enero al 31 de diciembre de 2023
Coste: 10.000	
Aplicación presupuestaria: Concepto 640	
Soporte: Internet y exterior	
Difusión: Internacional	Idioma: Castellano
Población objetivo de la campaña: Estudiantes, General, tercera edad y trabajadores	
Medidas accesibilidad: Subtitulación	

MINISTERIO DE JUSTICIA	
DIRECCIÓN GENERAL DE COOPERACIÓN JURÍDICA INTERNACIONAL Y DERECHOS HUMANOS	
TRASLADO DE PERSONAS CONDENADAS Y TRÁFICO DE DROGAS EN EL EXTRANJERO	
Objetivo y sentido: INCREMENTAR LA CONCIENCIA CIUDADANA SOBRE LOS EFECTOS DEL TRÁFICO, TRANSPORTE Y/O CONSUMO DE DROGAS EN TERCEROS ESTADOS.	
Ejecución: Plurianual	Periodo de ejecución: Del 15 de mayo de 2022 al 31 de diciembre de 2023
Coste: 121.000	Coste Plurianual: 121.000
Aplicación presupuestaria: Subconcepto 226.02	
Soporte: Internet, exterior y otras herramientas: banners para el portal institucional del Ministerio de Justicia	
Difusión: Nacional	Idioma: Castellano
Población objetivo de la campaña: General	

DIRECCIÓN GENERAL DE SEGURIDAD JURÍDICA Y FE PÚBLICA		
CAMBIO DEL MODELO DE SERVICIOS DEL REGISTRO CIVIL		
Objetivo y sentido: INFORMAR A LOS CIUDADANOS ESPAÑOLES Y EXTRANJEROS RESIDENTES EN ESPAÑA ACERCA DEL PROCESO DE CAMBIO DE MODELO DEL REGISTRO CIVIL, A FIN DE QUE CONOZCAN SUS PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS Y BENEFICIOS PARA LOS USUARIOS.		
Ejecución: Anual	Periodo de ejecución: Del 1 de febrero al 31 de diciembre de 2023	
Coste: 400.000		
Aplicación presupuestaria: Subconcepto 620.06		
Soporte: Internet, relaciones públicas (eventos en instituciones profesionales) y otras herramientas: boletines institucionales, cartelería, folletos, trípticos, etc.		
Difusión: Nacional	Idioma: Castellano, catalán, gallego y euskera	Evaluación: Postest
Población objetivo de la campaña: General		

MINISTERIO DE JUSTICIA	
DIRECCIÓN GENERAL DE TRANSFORMACIÓN DIGITAL DE LA ADMINISTRACIÓN DE JUSTICIA	
NUEVOS PORTALES WEB UNIFICADOS DEL MINISTERIO DE JUSTICIA	
Objetivo y sentido: DAR A CONOCER LOS DOS NUEVOS PORTALES WEB (AGE Y AJU) DEL MINISTERIO DE JUSTICIA QUE UNIFICAN LOS SERVICIOS OFRECIDOS ACTUALMENTE EN MÁS DE 15 PORTALES DIFERENTES, ESTRATEGIA DE UNIFICACIÓN DE PORTALES WEB, QUE CENTRALIZARÁ TODA LA INFORMACIÓN Y SERVICIOS PARA FACILITAR EL ACCESO DE TODOS LOS USUARIOS, TANTO PROFESIONALES COMO CIUDADANÍA.	
Ejecución: Anual	Periodo de ejecución: Del 1 de febrero al 31 de diciembre de 2023
Coste: 120.000	
Aplicación presupuestaria: Subconcepto 226.02	
Soporte: Internet y otras herramientas: banners en webs institucionales, redes sociales, tríptico guía de uso y cartelería	
Difusión: Nacional	Idioma: Castellano, catalán, gallego y euskera
Población objetivo de la campaña: General y profesionales de la justicia	
Medidas accesibilidad: Subtitulación	

REALIZA TRÁMITES ONLINE ANTE LA ADMINISTRACIÓN DE JUSTICIA. UNA MANERA SEGURA Y ACCESIBLE CON EL ESCRITORIO VIRTUAL DE INTERACCIÓN DIGITAL (EVID)	
Objetivo y sentido: DAR A CONOCER EL ESCRITORIO VIRTUAL DE INTERACCIÓN DIGITAL (EVID), SERVICIO DIGITAL DE LA ADMINISTRACIÓN DE JUSTICIA, Y EL USO DE LOS DISPOSITIVOS ADAPTADOS PARA FACILITAR LA ACCESIBILIDAD DE PERSONAS CON EDAD AVANZADA Y/O DISCAPACIDAD. EVID CONECTA A LOS ÓRGANOS JUDICIALES CON PROFESIONALES Y CIUDADANOS PARA REALIZAR ONLINE TRÁMITES PROCESALES CON TOTAL SEGURIDAD Y VALIDEZ JURÍDICA.	
Ejecución: Plurianual	Periodo de ejecución: A determinar
Coste: 120.000	Coste Plurianual: 120.000
Aplicación presupuestaria: Subconcepto 226.02	
Soporte: Radio, Internet y otras herramientas: redes sociales y guía de uso en órganos judiciales y centros asistenciales y de servicios sociales	
Difusión: Nacional	Idioma: Castellano, catalán, gallego y euskera
Población objetivo de la campaña: General, profesionales de la justicia y profesionales de servicios asistenciales a colectivos vulnerables	
Medidas accesibilidad: Subtitulación, lenguaje de signos y braille	

MINISTERIO DE JUSTICIA

DIRECCIÓN GENERAL PARA EL SERVICIO PÚBLICO DE JUSTICIA

CAMPAÑA PARA PREVENIR LAS AGRESIONES SEXUALES MEDIANTE SUMISIÓN QUÍMICA

Objetivo y sentido: VISIBILIZAR LA PROBLEMÁTICA DE LOS DELITOS CONTRA LA LIBERTAD SEXUAL FACILITADOS POR ALCOHOL, DROGAS DE ABUSO Y PSICOFÁRMACOS, DIFUNDIENDO CONSEJOS SENCILLOS DE PREVENCIÓN, ASÍ COMO INFORMAR DE LAS PAUTAS A SEGUIR Y DÓNDE ACUDIR EN CASO DE SUFRIR UNA AGRESIÓN MEDIADA POR DROGAS, E INFUNDIR CONFIANZA EN LAS MUJERES VÍCTIMAS DE UNA AGRESIÓN SEXUAL PARA FAVORECER AL MÁXIMO LA DENUNCIA DE ESTE TIPO DELITOS, CUYO ÚNICO CULPABLE ES EL AGRESOR, AYUDANDO A VENCER LOS SENTIMIENTOS DE CULPA, VERGÜENZA O INSEGURIDAD QUE SUFREN MUCHAS VÍCTIMAS.

Ejecución: Plurianual **Periodo de ejecución:** Del 1 de septiembre de 2022 al 31 de diciembre de 2023

Coste: 70.000 **Coste Plurianual:** 100.000

Aplicación presupuestaria: Subconcepto 226.02

SopORTE: Internet y exterior

Difusión: Nacional **Idioma:** Castellano

Población objetivo de la campaña: General, estudiantes e infantil/juvenil

Medidas accesibilidad: Subtitulación

Observaciones: La creatividad se ha realizado en 2022

SI TE HAN AGREDIDO SEXUALMENTE, ACUDE A UN CENTRO SANITARIO

Objetivo y sentido: INFUNDIR CONFIANZA EN LAS MUJERES VÍCTIMAS DE UNA AGRESIÓN SEXUAL, PROMOVER EL ACOMPAÑAMIENTO DURANTE EL PROCESO ASISTENCIAL Y PERICIAL Y RECOMENDAR UNAS SENCILLAS PAUTAS DE COMPORTAMIENTO QUE PERMITAN ABORDAR UNA CORRECTA RECOGIDA DE MUESTRAS PARA SU ANÁLISIS FORENSE, ASPECTO CRUCIAL EN LA POSTERIOR INVESTIGACIÓN DE LOS HECHOS Y PERSECUCIÓN DEL AGRESOR, COMO SERÍA EL ANÁLISIS DEL ADN. ESTAS PAUTAS SERÍAN: NO TE LAVES, NO TE CAMBIES DE ROPA.

Ejecución: Anual **Periodo de ejecución:** Del 1 de febrero al 31 de diciembre de 2023

Coste: 70.000

Aplicación presupuestaria: Subconcepto 226.02

SopORTE: Internet y exterior

Difusión: Nacional **Idioma:** Castellano

Población objetivo de la campaña: General, estudiantes e infantil/juvenil

Medidas accesibilidad: Subtitulación

Observaciones: Se utilizará creatividad del año anterior

MINISTERIO DE JUSTICIA

SECRETARÍA GENERAL PARA LA INNOVACIÓN Y CALIDAD DEL SERVICIO PÚBLICO DE JUSTICIA

NUEVO MODELO ORGANIZATIVO DEL SERVICIO PÚBLICO DE JUSTICIA. POR UNA JUSTICIA EFICIENTE, SOSTENIBLE, CERCANA, ÁGIL Y ADAPTADA A LAS NECESIDADES DE LA CIUDADANÍA

Objetivo y sentido: DAR A CONOCER EL MODELO DE SERVICIO PÚBLICO DE JUSTICIA, QUE TRANSFORMA LOS JUZGADOS UNIPERSONALES EN TRIBUNALES DE INSTANCIA Y, EN EL CASO DE LOS JUZGADOS DE PAZ, EN OFICINAS DE JUSTICIA EN LOS MUNICIPIOS. TRANSMITIR LOS ASPECTOS NOVEDOSOS DE UN MODELO ORIENTADO A LA MEJORA DE LA ORGANIZACIÓN JUDICIAL PARA CONSEGUIR UN SERVICIO PÚBLICO DE JUSTICIA EFICIENTE, ÁGIL, CERCANO Y ABIERTO.

Ejecución: Plurianual **Periodo de ejecución:** A determinar

Coste: 100.000 **Coste Plurianual:** 100.000

Aplicación presupuestaria: Subconcepto 226.02

Soporte: Radio, Internet y otras herramientas: redes sociales, banners en webs institucionales, folletos, cartelería y roll-ups

Difusión: Nacional **Idioma:** Castellano, catalán, gallego y euskera

Población objetivo de la campaña: General

Medidas accesibilidad: Subtitulación, lenguaje de signos y braille

OFICINAS DE JUSTICIA EN LOS MUNICIPIOS UNA PUERTA ABIERTA A LA JUSTICIA EN CADA MUNICIPIO.

Objetivo y sentido: DAR A CONOCER LAS OFICINAS DE JUSTICIA EN LOS MUNICIPIOS, EVOLUCIÓN DE LOS JUZGADOS DE PAZ, SUS SERVICIOS Y SU POTENCIAL. MOSTRAR LOS TRÁMITES Y SERVICIOS QUE OFRECEN DE FORMA ACCESIBLE Y CERCANA, GRACIAS A LA NUEVA ORGANIZACIÓN Y AL DESARROLLO TECNOLÓGICO. JUSTICIA DE PROXIMIDAD ADAPTADA A LAS NECESIDADES DE LA CIUDADANÍA.

Ejecución: Plurianual **Periodo de ejecución:** A determinar

Coste: 100.000 **Coste Plurianual:** 100.000

Aplicación presupuestaria: Subconcepto 226.02

Soporte: Televisión, radio, Internet y otras herramientas: redes sociales, banners en webs institucionales, folletos, cartelería y roll-ups

Difusión: Nacional **Idioma:** Castellano, catalán, gallego y euskera

Población objetivo de la campaña: General

Medidas accesibilidad: Subtitulación y lenguaje braille



CENTRO DE ESTUDIOS JURÍDICOS

BECAS DEL MINISTERIO DE JUSTICIA PARA LA PREPARACION DE OPOSICIONES

Objetivo y sentido: DIFUNDIR EL PROGRAMA DE BECAS PARA EL ACCESO A LAS CARRERAS JUDICIAL Y FISCAL, AL CUERPO DE LETRADOS DE LA ADMINISTRACIÓN DE JUSTICIA Y AL CUERPO DE ABOGADOS DEL ESTADO CON EL FIN DE LOGRAR UN AMPLIO ALCANCE ENTRE LOS POSIBLES BENEFICIARIOS DEL MISMO Y ASÍ FOMENTAR Y PROMOVER LA ATRACCIÓN DEL TALENTO A LA ADMINISTRACIÓN DE JUSTICIA.

Ejecución: Anual **Periodo de ejecución:** Del 1 de enero al 30 de junio de 2023

Coste: 72.600

Aplicación presupuestaria: Concepto 240

Soporte: Internet, exterior y otras herramientas: redes sociales y banner para su incorporación en páginas oficiales

Difusión: Nacional **Idioma:** Castellano, catalán, gallego y euskera

Población objetivo de la campaña: Estudiantes y jóvenes licenciados en derecho o finalizando sus estudios y academias de opositores del sector justicia

Medidas accesibilidad: Subtitulación y lenguaje de signos

MINISTERIO DE DEFENSA

DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL DE LA DEFENSA

ACTUACIONES INSTITUCIONALES DE CONMEMORACIÓN DE DIVERSAS EFEMÉRIDES DE LOS EJÉRCITOS Y LA ARMADA PARA LA DIFUSIÓN DE LA CULTURA DE DEFENSA

Objetivo y sentido: DIFUSIÓN DE LA CONMEMORACIÓN DE DIVERSAS EFEMÉRIDES DE LOS EJÉRCITOS Y LA ARMADA, DANDO A CONOCER A LA SOCIEDAD LA IMPORTANCIA DE HECHOS HISTÓRICOS.

Ejecución: Anual **Periodo de ejecución:** Del 1 de enero al 31 de diciembre de 2023

Coste: 75.000

Aplicación presupuestaria: Subconcepto 226.02

Saporte: Relaciones públicas

Difusión: Nacional **Idioma:** Castellano

Población objetivo de la campaña: General

MINISTERIO DE HACIENDA Y FUNCIÓN PÚBLICA



AGENCIA TRIBUTARIA

SENSIBILIZACIÓN FISCAL E INFORMACIÓN Y ASISTENCIA A LA CIUDADANÍA EN EL CUMPLIMIENTO DE SUS OBLIGACIONES FISCALES

Objetivo y sentido: SENSIBILIZAR A LA CIUDADANÍA SOBRE LA NECESIDAD DE CUMPLIR CON LAS OBLIGACIONES FISCALES, ASÍ COMO FACILITAR EL CUMPLIMIENTO VOLUNTARIO DE LAS MISMAS Y EL PAGO DE IMPUESTOS.

Ejecución: Anual **Periodo de ejecución:** Del 1 de febrero al 31 de diciembre de 2023

Coste: 9.000.000

Aplicación presupuestaria: Subconcepto 226.02

Saporte: Televisión, radio, prensa e Internet

Difusión: Nacional **Idioma:** Castellano, catalán, gallego y valenciano **Evaluación:** Postest

Población objetivo de la campaña: General

Medidas accesibilidad: Subtitulación

AYUDA DE 200 EUROS PARA PERSONAS FÍSICAS DE BAJO NIVEL DE INGRESOS Y PATRIMONIO

Objetivo y sentido: FACILITAR INFORMACIÓN SOBRE QUIENES PUEDEN SER BENEFICIARIOS DE ESTA AYUDA Y CÓMO DEBEN PROCEDER PARA SOLICITARLA. INFORMAR A LA POBLACIÓN GENERAL ACERCA DE LA PUESTA EN MARCHA DE ESTA MEDIDA Y A LA POBLACIÓN OBJETIVO, SUSCEPTIBLE DE BENEFICIARSE DE LA LÍNEA DIRECTA DE AYUDA.

Ejecución: Anual **Periodo de ejecución:** Del 15 de febrero al 9 de marzo de 2023

Coste: 36.297,58


Aplicación presupuestaria: Subconcepto 226.02

Saporte: Internet

Difusión: Nacional **Idioma:** Castellano

Población objetivo de la campaña: General

Medidas accesibilidad: Subtitulación

MINISTERIO DE HACIENDA Y FUNCIÓN PÚBLICA	
 Agencia Tributaria	AGENCIA TRIBUTARIA
RECORDATORIO FIN DE PLAZO DE SOLICITUD DE AYUDA DE 200 EUROS PARA PERSONAS FÍSICAS DE BAJO NIVEL DE INGRESOS Y PATRIMONIO	
Objetivo y sentido: RECORDAR LA FINALIZACIÓN DEL PLAZO PARA SOLICITAR ESTAS AYUDAS, FACILITANDO INFORMACIÓN SOBRE QUIENES PUEDEN SER BENEFICIARIOS Y CÓMO DEBEN PROCEDER PARA SU SOLICITUD.	
Ejecución: Anual	Periodo de ejecución: Del 10 al 31 de marzo de 2023
Coste: 907.500	
Aplicación presupuestaria: Subconcepto 226.02	
SopORTE: Televisión, radio, prensa, Internet y exterior	
Difusión: Nacional	Idioma: Castellano, gallego, catalán y valenciano
Población objetivo de la campaña: General	
Medidas accesibilidad: Subtitulación	

MINISTERIO DEL INTERIOR	
DIRECCIÓN GENERAL DE POLÍTICA INTERIOR	
LA FECHA Y EL PROCEDIMIENTO DE VOTACIÓN EN LAS ELECCIONES DEL 28 DE MAYO DE 2023	
Objetivo y sentido: INFORMAR A LOS ELECTORES SOBRE LA FECHA DE VOTACIÓN Y EL PROCEDIMIENTO PARA EJERCITAR EL DERECHO DE SUFRAGIO ACTIVO EN LAS ELECCIONES DEL 28 DE MAYO DE 2023.	
Ejecución: Anual	Periodo de ejecución: Del 16 al 26 de mayo de 2023
Coste: 10.000	
Aplicación presupuestaria: Subconcepto 227.05	
SopORTE: Televisión y radio	
Difusión: Nacional	Idioma: Castellano, catalán, gallego, euskera y valenciano
Población objetivo de la campaña: General	
Medidas accesibilidad: Subtitulación y lenguaje de signos	

MINISTERIO DEL INTERIOR

DIRECCIÓN GENERAL DE POLÍTICA INTERIOR

EL EJERCICIO DEL VOTO POR CORREO EN LAS ELECCIONES DEL 28 DE MAYO DE 2023

Objetivo y sentido: INFORMAR A LOS ELECTORES SOBRE EL EJERCICIO DEL DERECHO AL VOTO POR CORREO EN LAS ELECCIONES DEL 28 DE MAYO DE 2023.

Ejecución: Anual **Periodo de ejecución:** Del 17 al 28 de abril de 2023 y del 8 al 15 de mayo de 2023

Coste: 10.000

Aplicación presupuestaria: Subconcepto 227.05

SopORTE: Televisión y radio

Difusión: Nacional **Idioma:** Castellano, catalán, gallego, euskera y valenciano

Población objetivo de la campaña: General

Medidas accesibilidad: Subtitulación y lenguaje de signos

INFORMACIÓN A LOS ELECTORES QUE SE ENCUENTREN TEMPORALMENTE EN EL EXTRANJERO EN LAS ELECCIONES DEL 28 DE MAYO DE 2023

Objetivo y sentido: INFORMAR A LOS ELECTORES QUE SE ENCUENTREN TEMPORALMENTE EN EL EXTRANJERO ACERCA DEL PROCEDIMIENTO PARA EJERCER SU DERECHO DE VOTO EN LAS ELECCIONES DEL 28 DE MAYO DE 2023.

Ejecución: Anual **Periodo de ejecución:** Del 4 al 9 de abril de 2023 y del 29 de abril al 6 de mayo de 2023

Coste: 10.000

Aplicación presupuestaria: Subconcepto 227.05

SopORTE: Televisión, radio y exterior

Difusión: Nacional **Idioma:** Castellano, catalán, gallego, euskera y valenciano

Población objetivo de la campaña: General

Medidas accesibilidad: Subtitulación y lenguaje de signos

LA EXPOSICIÓN DE LAS LISTAS DEL CENSO ELECTORAL EN LAS ELECCIONES DEL 28 DE MAYO DE 2023

Objetivo y sentido: INFORMAR A LOS ELECTORES SOBRE LA EXPOSICIÓN DE LAS LISTAS DEL CENSO ELECTORAL Y LA POSIBILIDAD, EN SU CASO, DE FORMULAR RECLAMACIONES SOBRE LOS DATOS CENSALES PARA LAS ELECCIONES DEL 28 DE MAYO DE 2023.

Ejecución: Anual **Periodo de ejecución:** Del 10 al 16 de abril de 2023

Coste: 10.000

Aplicación presupuestaria: Subconcepto 227.05

SopORTE: Televisión y radio

Difusión: Nacional **Idioma:** Castellano, catalán, gallego, euskera y valenciano

Población objetivo de la campaña: General

Medidas accesibilidad: Subtitulación y lenguaje de signos

MINISTERIO DEL INTERIOR

DIRECCIÓN GENERAL DE POLÍTICA INTERIOR

LA FECHA Y EL PROCEDIMIENTO DE VOTACIÓN EN LAS ELECCIONES A CORTES GENERALES 2023

Objetivo y sentido: INFORMAR A LOS ELECTORES SOBRE LA FECHA DE VOTACIÓN Y EL PROCEDIMIENTO PARA EJERCITAR EL DERECHO DE SUFRAGIO ACTIVO EN LAS ELECCIONES A CORTES GENERALES 2023.

Ejecución: Anual **Periodo de ejecución:** A determinar

Coste: 10.000

Aplicación presupuestaria: Subconcepto 227.05

Soporte: Televisión y radio

Difusión: Nacional **Idioma:** Castellano, catalán, gallego, euskera y valenciano

Población objetivo de la campaña: General

Medidas accesibilidad: Subtitulación y lenguaje de signos

INFORMACIÓN A LOS ELECTORES SOBRE EL EJERCICIO DEL DERECHO AL VOTO POR CORREO EN LAS ELECCIONES GENERALES 2023

Objetivo y sentido: INFORMAR A LOS ELECTORES SOBRE EL EJERCICIO DEL DERECHO AL VOTO POR CORREO.

Ejecución: Anual **Periodo de ejecución:** A determinar

Coste: 10.000

Aplicación presupuestaria: Subconcepto 227.05

Soporte: Televisión

Difusión: Nacional **Idioma:** Castellano, catalán, gallego, euskera y valenciano

Población objetivo de la campaña: General

Medidas accesibilidad: Subtitulación y lenguaje de signos

INFORMACIÓN A LOS ELECTORES QUE SE ENCUENTREN TEMPORALMENTE EN EL EXTRANJERO EN LAS ELECCIONES A CORTES GENERALES 2023

Objetivo y sentido: INFORMAR A LOS ELECTORES QUE SE ENCUENTREN TEMPORALMENTE EN EL EXTRANJERO ACERCA DEL PROCEDIMIENTO PARA EJERCER SU DERECHO DE VOTO EN LAS ELECCIONES A CORTES GENERALES 2023.

Ejecución: Anual **Periodo de ejecución:** A determinar

Coste: 10.000

Aplicación presupuestaria: Subconcepto 227.05

Soporte: Televisión y radio

Difusión: Nacional **Idioma:** Castellano, catalán, gallego, euskera y valenciano

Población objetivo de la campaña: General

Medidas accesibilidad: Subtitulación y lenguaje de signos

MINISTERIO DEL INTERIOR	
DIRECCIÓN GENERAL DE POLÍTICA INTERIOR	
EJERCICIO DEL DERECHO DEL VOTO DE LOS ELECTORES RESIDENTES PERMANENTEMENTE EN EL EXTRANJERO(VOTO CERA)	
Objetivo y sentido: INFORMAR DEL PROCEDIMIENTO DE VOTO PARA LOS ELECTORES QUE RESIDEN PERMANENTEMENTE EN EL EXTRANJERO.	
Ejecución: Anual	Periodo de ejecución: A determinar
Coste: 10.000	
Aplicación presupuestaria: Subconcepto 227.05	
Soporte: Televisión	
Difusión: Internacional	Idioma: Castellano
Población objetivo de la campaña: General	
Medidas accesibilidad: Subtitulación y lenguaje de signos	

INFORMACIÓN A LAS PERSONAS CIEGAS O CON DISCAPACIDAD VISUAL GRAVE, CONOCEDORAS DEL SISTEMA BRAILLE EN LAS ELECCIONES A CORTES GENERALES 2023	
Objetivo y sentido: INFORMAR A LOS ELECTORES CON UN GRADO DE DISCAPACIDAD VISUAL GRAVE, CONOCEDORAS DEL SISTEMA BRAILLE, SOBRE EL PROCEDIMIENTO PARA EJERCER SU DERECHO AL VOTO MEDIANTE LA UTILIZACIÓN DE DOCUMENTACIÓN COMPLEMENTARIA EN SISTEMA BRAILLE, EN LAS ELECCIONES A CORTES GENERALES 2023.	
Ejecución: Anual	Periodo de ejecución: A determinar
Coste: 10.000	
Aplicación presupuestaria: Subconcepto 227.05	
Soporte: Televisión y radio	
Difusión: Nacional	Idioma: Castellano, catalán, gallego, euskera y valenciano
Población objetivo de la campaña: General	
Medidas accesibilidad: Subtitulación y lenguaje de signos	

LA EXPOSICIÓN DE LAS LISTAS DEL CENSO ELECTORAL EN LAS ELECCIONES A CORTES GENERALES 2023	
Objetivo y sentido: INFORMAR A LOS ELECTORES SOBRE LA EXPOSICIÓN DE LAS LISTAS DEL CENSO ELECTORAL Y LA POSIBILIDAD, EN SU CASO, DE FORMULAR RECLAMACIONES SOBRE LOS DATOS CENSALES EN LAS ELECCIONES A CORTES GENERALES 2023.	
Ejecución: Anual	Periodo de ejecución: A determinar
Coste: 10.000	
Aplicación presupuestaria: Subconcepto 227.05	
Soporte: Televisión y radio	
Difusión: Nacional	Idioma: Castellano, catalán, gallego, euskera y valenciano
Población objetivo de la campaña: General	
Medidas accesibilidad: Subtitulación y lenguaje de signos	

MINISTERIO DEL INTERIOR

DIRECCIÓN GENERAL DE POLÍTICA INTERIOR

INFORMACIÓN SOBRE LA FORMA DE UTILIZAR Y RELLENAR LA PAPELETA PARA ELEGIR A LOS SENADORES EN LAS ELECCIONES A CORTES GENERALES 2023

Objetivo y sentido: INFORMAR A LOS ELECTORES SOBRE LA FORMA DE UTILIZAR Y RELLENAR LA PAPELETA OFICIAL QUE SE APRUEBE EN CADA CIRCUNSCRIPCIÓN PARA ELEGIR A LOS SENADORES EN LAS CORTES GENERALES 2023.

Ejecución: Anual **Periodo de ejecución:** A determinar

Coste: 10.000

Aplicación presupuestaria: Subconcepto 227.05

SopORTE: Televisión y radio

Difusión: Nacional **Idioma:** Castellano, catalán, gallego, euskera y valenciano

Población objetivo de la campaña: General

Medidas accesibilidad: Subtitulación y lenguaje de signos



JEFATURA CENTRAL DE TRÁFICO-DGT

CAMPAÑA PARA LA DIVULGACIÓN DE LA SEGURIDAD VIAL

Objetivo y sentido: CONCIENCIAR A LOS CIUDADANOS SOBRE LOS FACTORES DE RIESGO QUE INFLUYEN EN LA CONDUCCIÓN DE VEHÍCULOS Y PROMOVER COMPORTAMIENTOS SEGUROS Y RESPONSABLES.

Ejecución: Plurianual **Periodo de ejecución:** Del 1 de mayo de 2023 al 30 de abril de 2024

Coste: 11.162.000 **Coste Plurianual:** 11.162.000

Aplicación presupuestaria: Concepto 640

SopORTE: Televisión, radio, prensa, revistas, Internet, exterior, cine y otras herramientas

Difusión: Nacional **Idioma:** Castellano **Evaluación:** Postest

Población objetivo de la campaña: General, infantil/juvenil, tercera edad, trabajadores y cualquier usuario que tenga relación con la Seguridad Vial

Medidas accesibilidad: Subtitulación

MINISTERIO DE TRANSPORTES, MOVILIDAD Y AGENDA URBANA

PLAN DE ACCIONES DE COMUNICACIÓN SOBRE SERVICIOS DE INTERÉS PÚBLICO QUE INFLUYEN EN LA CALIDAD DE VIDA DE LA CIUDADANÍA EN EL ÁMBITO DE LA MOVILIDAD Y LA VIVIENDA.

Objetivo y sentido: INFORMAR A LA CIUDADANÍA SOBRE ACTUACIONES EN MATERIA DE MOVILIDAD, VIVIENDA Y AGENDA URBANA QUE SON DE INTERÉS PARA LA MEJORA DE SU BIENESTAR Y CALIDAD DE VIDA.

Ejecución: Plurianual **Periodo de ejecución:** Del 1 de enero de 2023 al 31 de diciembre de 2024

Coste: 2.000.000 **Coste Plurianual:** 4.000.000

Aplicación presupuestaria: Concepto 640

SopORTE: Televisión, radio, prensa, revistas, Internet y exterior

Difusión: Nacional **Idioma:** Castellano, catalán, gallego y euskera **Evaluación:** Postest

Población objetivo de la campaña: General

Medidas accesibilidad: Subtitulación

MINISTERIO DE TRANSPORTES, MOVILIDAD Y AGENDA URBANA

PLAN DE ACCIONES DE COMUNICACIÓN EN MATERIA DE VIVIENDA

Objetivo y sentido: INFORMAR ACERCA DE LAS MEDIDAS QUE EN MATERIA DE VIVIENDA SE IMPULSAN DESDE EL MINISTERIO DE TRANSPORTES, MOVILIDAD Y AGENDA URBANA PARA MEJORAR EL BIENESTAR DE LA CIUDADANÍA.

Ejecución: Anual **Periodo de ejecución:** Del 1 de enero al 31 de diciembre de 2023

Coste: 700.000

Aplicación presupuestaria: Concepto 640

Soporte: Televisión, radio, prensa, revistas, Internet y exterior

Difusión: Nacional **Idioma:** Castellano, catalán, gallego y euskera

Población objetivo de la campaña: General

Medidas accesibilidad: Subtitulación



ENAIRE

DIFUSIÓN DE CONVOCATORIAS DE EMPLEO PÚBLICO

Objetivo y sentido: INSERCIONES PUBLICITARIAS DE ENAIRE PARA LA MÁXIMA DIFUSIÓN Y DIVULGACIÓN DE CONVOCATORIAS DE EMPLEO PÚBLICO DE NUEVAS PLAZAS DE CONTROLADORES AÉREOS, TÉCNICOS DE MANTENIMIENTO O TÉCNICOS INFORMÁTICOS.

Ejecución: Anual **Periodo de ejecución:** Del 1 de enero al 31 de diciembre de 2023

Coste: 36.300

Aplicación presupuestaria: Entidad pública empresarial. Su presupuesto no se ajusta a la clasificación económica de los PGE

Soporte: Revistas e Internet

Difusión: Nacional **Idioma:** Castellano

Población objetivo de la campaña: General



SOCIEDAD DE SALVAMENTO Y SEGURIDAD MARÍTIMA (SASEMAR)

CAMPAÑA DE PUBLICIDAD DEL PROYECTO iSAR

Objetivo y sentido: EJECUTAR ACCIONES DE COMUNICACIÓN EXTERNA Y PUBLICIDAD ESPECÍFICA DEL PROYECTO "PROGRAMA INTEGRAL DE INNOVACIÓN EN SALVAMENTO MARÍTIMO (iSAR)".

Ejecución: Plurianual **Periodo de ejecución:** Del 20 de junio de 2022 al 30 de junio de 2023

Coste: 26.560

Coste Plurianual: 83.854

Aplicación presupuestaria: Concepto 640

Soporte: A determinar

Difusión: Nacional **Idioma:** Castellano **Evaluación:** Postest

Población objetivo de la campaña: General

Medidas accesibilidad: Subtitulación

Observaciones: Campaña sobrevenida en 2022 y aprobada en virtud del artículo 13 de la Ley 29/2005, de 29 de diciembre, de publicidad y comunicación institucional. Cofinanciada con Fondos FEDER

MINISTERIO DE EDUCACIÓN Y FORMACIÓN PROFESIONAL**SECRETARÍA DE ESTADO DE EDUCACIÓN****BECAS MEFP**

Objetivo y sentido: INFORMAR SOBRE EL SISTEMA DE BECAS Y AYUDAS AL ESTUDIO OFRECIDAS POR EL MEFP.

Ejecución: Anual **Periodo de ejecución:** Del 29 de mayo al 31 de octubre de 2023

Coste: 300.000

Aplicación presupuestaria: Subconcepto 227.06

Soporte: Radio, prensa e Internet

Difusión: Nacional **Idioma:** Castellano, catalán, gallego y euskera **Evaluación:** Postest

Población objetivo de la campaña: General, estudiantes e infantil/juvenil

Medidas accesibilidad: Lenguaje de signos

SECRETARÍA GENERAL DE FORMACIÓN PROFESIONAL**LA FORMACIÓN PARA LA GENERACIÓN GLOBAL**

Objetivo y sentido: TRAS LA APROBACIÓN DE LA LEY ORGÁNICA DE ORDENACIÓN E INTEGRACIÓN DE LA FORMACIÓN PROFESIONAL, DAR A CONOCER LAS OPORTUNIDADES QUE OFRECE EL NUEVO MODELO DE FP, EN MEDIO DE UN ESCENARIO PRODUCTIVO EN PERMANENTE ACTUALIZACIÓN Y CON NUEVOS EMPLEOS, UNA FORMACIÓN DIRIGIDA TAMBIÉN A LA CUALIFICACIÓN Y RECUALIFICACIÓN DE TRABAJADORES CON NUEVA OFERTA FORMATIVA Y MODULAR CON PROYECTOS DE FORMACIÓN Y EMPRENDIMIENTO.

Ejecución: Anual **Periodo de ejecución:** Del 29 de mayo al 30 de noviembre de 2023

Coste: 1.000.000

Aplicación presupuestaria: Subconcepto 226.02

Soporte: Televisión, radio, prensa, revistas e Internet

Difusión: Nacional **Idioma:** Castellano, catalán, gallego y euskera **Evaluación:** Postest

Población objetivo de la campaña: General, empresarios, estudiantes y trabajadores

Medidas accesibilidad: Subtitulación

LA NUEVA FORMACIÓN PROFESIONAL

Objetivo y sentido: DIFUNDIR LAS NOVEDADES QUE EN LA FORMACIÓN PROFESIONAL INTRODUCIRÁ LA NUEVA LEY DE FORMACIÓN PROFESIONAL QUE CONSOLIDE Y ORDENE UN SISTEMA ÚNICO DE FORMACIÓN PROFESIONAL QUE FACILITE ITINERARIOS FORMATIVOS A LO LARGO DE LA VIDA.

Ejecución: Plurianual **Periodo de ejecución:** Del 1 de abril de 2022 al 30 de abril de 2023

Coste: 850.000 **Coste Plurianual:** 1.000.000

Aplicación presupuestaria: Subconcepto 226.02

Soporte: Televisión, radio, prensa e Internet

Difusión: Nacional **Idioma:** Castellano

Población objetivo de la campaña: General, empresarios, estudiantes y trabajadores

Medidas accesibilidad: Subtitulación

Observaciones: La creatividad se ha llevado a cabo en 2022 y la difusión en medios está prevista que se realice en 2023.

MINISTERIO DE TRABAJO Y ECONOMÍA SOCIAL

GABINETE DE LA VICEPRESIDENTA SEGUNDA DEL GOBIERNO

INSPECCIÓN LABORAL

Objetivo y sentido: DAR A CONOCER LA FUNCIÓN DE SERVICIO PÚBLICO Y EL EJERCICIO DE LA VIGILANCIA, EL CUMPLIMIENTO DE LAS NORMAS LABORALES Y PERSECUCIÓN DE LA EXIGENCIA DE RESPONSABILIDADES.

Ejecución: Anual **Periodo de ejecución:** Del 1 de junio al 30 de noviembre de 2023

Coste: 880.000

Aplicación presupuestaria: Subconcepto 226.02

SopORTE: Televisión, exterior y cine

Difusión: Nacional **Idioma:** Castellano

Población objetivo de la campaña: General

Medidas accesibilidad: Subtitulación

TRABAJO DECENTE

Objetivo y sentido: DIFUNDIR LAS MEDIDAS DEL MINISTERIO DE TRABAJO Y ECONOMÍA SOCIAL PARA PROMOVER CONDICIONES DE TRABAJO DIGNAS.

Ejecución: Anual **Periodo de ejecución:** Del 1 al 30 de junio de 2023 y del 1 al 31 de octubre de 2023

Coste: 400.000

Aplicación presupuestaria: Subconcepto 226.02

SopORTE: Radio, prensa, Internet y exterior

Difusión: Nacional **Idioma:** Castellano

Población objetivo de la campaña: General, empresarios, infantil/juvenil y trabajadores

Medidas accesibilidad: Subtitulación

TRABAJO PRECARIO

Objetivo y sentido: DAR A CONOCER MEDIDAS DESARROLLADAS POR EL MINISTERIO PARA LUCHAR CONTRA LA PRECARIEDAD LABORAL.

Ejecución: Anual **Periodo de ejecución:** Del 1 de julio al 31 de octubre de 2023

Coste: 225.000

Aplicación presupuestaria: Subconcepto 226.02

SopORTE: Internet y exterior

Difusión: Nacional **Idioma:** Castellano

Población objetivo de la campaña: Estudiantes, infantil/juvenil y trabajadores

MINISTERIO DE TRABAJO Y ECONOMÍA SOCIAL

GABINETE DE LA VICEPRESIDENTA SEGUNDA DEL GOBIERNO

1 DE MAYO. DÍA INTERNACIONAL DEL TRABAJO

Objetivo y sentido: CONMEMORAR EL DÍA DEL TRABAJADOR Y TRABAJADORA.

Ejecución: Anual **Periodo de ejecución:** Del 24 de abril al 1 de mayo de 2023

Coste: 130.000

Aplicación presupuestaria: Subconcepto 226.02

SopORTE: Prensa e Internet

Difusión: Nacional **Idioma:** Castellano, catalán, gallego, euskera y valenciano

Población objetivo de la campaña: General

UNIDAD ADMINISTRADORA DEL FONDO SOCIAL EUROPEO

CAMPAÑA DE DIFUSIÓN DEL FSE CON MOTIVO DE LA CONMEMORACIÓN DEL "DÍA DE EUROPA".

Objetivo y sentido: DAR A CONOCER A LA CIUDADANÍA LAS ACTIVIDADES COFINANCIADAS CON EL FSE Y DIFUNDIR LA CONMEMORACIÓN DEL 9 DE MAYO, DÍA DE EUROPA. PROMOVER EL INTERCAMBIO DE EXPERIENCIAS ENTRE LOS ORGANISMOS ENCARGADOS DE GESTIONAR EL FSE EN ESPAÑA Y DIFUNDIR LAS MEJORES ACTUACIONES COFINANCIADAS CON EL FSE.

Ejecución: Anual **Periodo de ejecución:** Del 1 al 31 de mayo de 2023

Coste: 18.000

Aplicación presupuestaria: Subconcepto 226.02

SopORTE: A determinar

Difusión: Internacional **Idioma:** Castellano

Población objetivo de la campaña: General y organismos encargados de la gestión del FSE en España, Comisión Europea y agentes difusores

Medidas accesibilidad: Lenguaje de signos

Observaciones: Ayudas otorgadas a España a través del PROGRAMA OPERATIVO FSE 2014-2020 DE ASISTENCIA TÉCNICA (2014ES05SFTA001).



INSTITUTO NACIONAL DE SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO

DESCONEXIÓN DIGITAL

Objetivo y sentido: SENSIBILIZAR SOBRE LA IMPORTANCIA DE PREVENIR LOS RIESGOS DERIVADOS DE LA HIPERCONECTIVIDAD Y LA FALTA DE DESCONEXIÓN DIGITAL, Y SOBRE LA NECESIDAD DE GARANTIZAR, FUERA DEL TIEMPO DE TRABAJO ESTABLECIDO, EL RESPETO AL TIEMPO DE DESCANSO, PERMISOS Y VACACIONES, ASÍ COMO DE LA INTIMIDAD PERSONAL Y FAMILIAR DE LOS TRABAJADORES.

Ejecución: Anual **Periodo de ejecución:** Del 1 de septiembre al 31 de octubre de 2023

Coste: 40.000

Aplicación presupuestaria: Subconcepto 226.02

SopORTE: Radio, prensa, Internet, relaciones públicas y otras herramientas: audiovisuales, cartelería, folletos y documentos técnicos

Difusión: Nacional **Idioma:** Castellano

Población objetivo de la campaña: Empresarios, trabajadores y técnicos de prevención

Medidas accesibilidad: Subtitulación y pdf,s accesibles conforme al RD 112/2018 8 y norma técnica UNE-EN 301549:2022

MINISTERIO DE TRABAJO Y ECONOMÍA SOCIAL



INSTITUTO NACIONAL DE SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO

TRABAJOS A LA INTEMPERIE:
RIESGOS RELACIONADOS CON LA TEMPERATURA Y CON LA RADIACIÓN

Objetivo y sentido: SENSIBILIZAR SOBRE LA IMPORTANCIA DE PREVENIR LA EXPOSICIÓN A LOS RIESGOS LABORALES DERIVADOS DE LOS TRABAJOS A LA INTEMPERIE. INFORMAR SOBRE LAS PRINCIPALES MEDIDAS PREVENTIVAS Y SOBRE LAS CONSECUENCIAS PARA LA SALUD QUE PUEDEN TENER DICHAS EXPOSICIONES.

Ejecución: Anual

Periodo de ejecución: Del 1 de enero al 31 de agosto de 2023

Coste: 40.000

Aplicación presupuestaria: Subconcepto 226.02

Saporte: Radio, prensa, Internet, relaciones públicas y otras herramientas: audiovisuales, cartelería, folletos y documentos técnicos

Difusión: Nacional

Idioma: Castellano

Población objetivo de la campaña: Empresarios, trabajadores y técnicos de prevención

Medidas accesibilidad: Subtitulación y pdf,s accesibles conforme al RD 112/2018 y norma técnica UNE-EN 301549:2022



INSPECCIÓN DE TRABAJO Y SEGURIDAD SOCIAL

PLANES DE CHOQUE DE LA ITSS

Objetivo y sentido: INFORMAR, CON CARÁCTER PREVIO O SIMULTÁNEO A SU PUESTA EN MARCHA, DE LOS PLANES DE CHOQUE DESARROLLADOS POR LA ITSS, CON EL FIN DE MEJORAR SU ALCANCE Y EFICACIA.

Ejecución: Anual

Periodo de ejecución: Del 1 de enero al 31 de diciembre de 2023

Coste: 20.000

Aplicación presupuestaria: Subconcepto 226.02

Saporte: Internet

Difusión: Nacional

Idioma: Castellano

Población objetivo de la campaña: Empresarios y trabajadores

Medidas accesibilidad: Subtitulación

DIFUSIÓN DE LA LABOR DE LA ITSS

Objetivo y sentido: DAR A CONOCER LA LABOR DE LA INSPECCIÓN DE TRABAJO Y SEGURIDAD SOCIAL COMO GARANTE DEL CUMPLIMIENTO DE LA LEGISLACIÓN DEL ORDEN SOCIAL Y DE LOS DERECHOS DE LAS PERSONAS TRABAJADORAS.

Ejecución: Anual

Periodo de ejecución: Del 1 de enero al 31 de diciembre de 2023

Coste: 20.000

Aplicación presupuestaria: Subconcepto 226.02

Saporte: Internet

Difusión: Nacional

Idioma: Castellano

Población objetivo de la campaña: General, empresarios y trabajadores

Medidas accesibilidad: Subtitulación

MINISTERIO DE TRABAJO Y ECONOMÍA SOCIAL



SERVICIO PÚBLICO DE EMPLEO ESTATAL (SEPE)

DIFUSIÓN DE LA NUEVA AGENCIA ESPAÑOLA DE EMPLEO

Objetivo y sentido: DAR A CONOCER LA NUEVA MARCA "AGENCIA ESPAÑOLA DE EMPLEO", SU PROPÓSITO Y SU PROPUESTA DE VALOR PARA EL PÚBLICO GENERAL Y LAS EMPRESAS.

Ejecución: Anual **Periodo de ejecución:** Del 1 de enero al 31 de diciembre de 2023

Coste: 1.225.000

Aplicación presupuestaria: Subconcepto 226.02

Soporte: Televisión, radio, prensa, Internet, exterior, marketing y otras herramientas: redes sociales y otros soportes digitales

Difusión: Nacional **Idioma:** Castellano, catalán, gallego, euskera y valenciano

Población objetivo de la campaña: General, empresarios y trabajadores

Medidas accesibilidad: Subtitulación

DIFUSIÓN DE LA ACTIVIDAD DE LA AGENCIA ESPAÑOLA DE EMPLEO

Objetivo y sentido: DIFUSIÓN DE LA ACTIVIDAD DE LA AGENCIA. CONJUNTO DE CAMPAÑAS CONCRETAS DIRIGIDAS A CADA PÚBLICO OBJETIVO: JÓVENES, TRABAJADORES, PERSONAS EN DESEMPLEO, COLECTIVOS VULNERABLES, ETC.

Ejecución: Anual **Periodo de ejecución:** Del 1 de enero al 31 de diciembre de 2023

Coste: 1.000.000

Aplicación presupuestaria: Subconcepto 226.02

Soporte: Televisión, radio, prensa, Internet, exterior y otras herramientas: redes sociales y soportes digitales

Difusión: Nacional **Idioma:** Castellano, catalán, gallego, euskera y valenciano

Población objetivo de la campaña: General, empresarios, estudiantes, infantil/juvenil, tercera edad y trabajadores

Medidas accesibilidad: Subtitulación

MINISTERIO DE INDUSTRIA, COMERCIO Y TURISMO

SUBSECRETARÍA

DIFUSIÓN DE ACCIONES DEL MINISTERIO DE INDUSTRIA, COMERCIO Y TURISMO

Objetivo y sentido: POTENCIAR LOS OBJETIVOS E INTERESES DEL MINISTERIO EN MATERIAS DE SU COMPETENCIA Y PARA LA DIFUSIÓN DE ACCIONES DE CARÁCTER TRANSVERSAL, COMO EL SEGUIMIENTO DE PLANES Y PROGRAMAS.

Ejecución: Anual **Periodo de ejecución:** Del 1 de abril al 31 de diciembre de 2023

Coste: 108.960

Aplicación presupuestaria: Concepto 640

Soporte: Radio, prensa, revistas, Internet y relaciones públicas

Difusión: Nacional **Idioma:** Castellano, catalán, gallego y euskera **Evaluación:** Postest

Población objetivo de la campaña: General

Medidas accesibilidad: Subtitulación

MINISTERIO DE INDUSTRIA, COMERCIO Y TURISMO

DIRECCIÓN GENERAL DE INDUSTRIA Y DE LA PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA

INSTRUMENTOS Y PROGRAMAS FACILITADOS POR DGIPIYME PARA EMPRENDEDORES Y PYMES

Objetivo y sentido: DAR A CONOCER LOS SERVICIOS DE VALOR AÑADIDO Y DE ACOMPAÑAMIENTO CON LOS QUE CUENTA LA DGIPIYME PARA LA PYME Y STARTUPS (RED PAE Y SISTEMA CIRCE), ASÍ COMO LOS PORTALES Y HERRAMIENTAS DIGITALES DESTINADOS A FOMENTAR EL EMPRENDIMIENTO.

Ejecución: Anual **Periodo de ejecución:** A determinar

Coste: 363.000

Aplicación presupuestaria: Concepto 640

Soporte: Internet, marketing digital, relaciones públicas y otras herramientas: ferias sectoriales, actos institucionales y eventos

Difusión: Nacional **Idioma:** Castellano, catalán, gallego, euskera e inglés **Evaluación:** Pretest y Postest

Población objetivo de la campaña: Empresarios, estudiantes, trabajadores, emprendedores y startups

Medidas accesibilidad: Subtitulación



EMPRESA NACIONAL DE INNOVACIÓN, S.A. (ENISA - GRUPO PATRIMONIO)

ALTO COMISIONADO ESPAÑA NACIÓN EMPRENDEDORA

Objetivo y sentido: DIFUNDIR LA IMAGEN DE ESPAÑA COMO UNA NACIÓN EMPRENDEDORA E INNOVADORA TANTO ENTRE LA POBLACIÓN GENERAL COMO ENTRE LOS EMPRESARIOS E INVERSORES NACIONALES.

Ejecución: Anual **Periodo de ejecución:** A determinar

Coste: 2.400.000

Aplicación presupuestaria: Sociedad Mercantil Estatal. Su presupuesto no se ajusta a la clasificación económica de los PGE

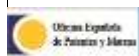
Soporte: Radio, prensa, revistas, Internet y otras herramientas: acciones de comunicación diversas

Difusión: Nacional e Internacional **Idioma:** Castellano e inglés **Evaluación:** Pretest y Postest

Población objetivo de la campaña: General

Medidas accesibilidad: Subtitulación y lenguaje de signos

Observaciones: La creatividad de la campaña está englobada dentro de las actuaciones del Alto Comisionado para España Nación Emprendedora. Campaña financiada con Fondos Next Generation



OFICINA ESPAÑOLA DE PATENTES Y MARCAS (OEPM)

CONCIENCIACIÓN Y SENSIBILIZACIÓN SOBRE FALSIFICACIONES DE BIENES Y MERCANCIAS Y SUS CONSECUENCIAS SOCIALES Y ECONÓMICAS

Objetivo y sentido: SENSIBILIZAR A LA POBLACIÓN DE LOS PERJUICIOS ECONÓMICOS, DE SALUD Y SOCIALES QUE SUPONE LA COMPRA DE PRODUCTOS FALSIFICADOS.

Ejecución: Anual **Periodo de ejecución:** Del 1 de enero al 31 de diciembre de 2023

Coste: 1.430.000

Aplicación presupuestaria: Concepto 640

Soporte: Televisión, radio, prensa, revistas, Internet y exterior

Difusión: Nacional **Idioma:** Castellano, catalán, gallego, euskera e inglés **Evaluación:** Postest

Población objetivo de la campaña: General

Medidas accesibilidad: Subtitulación

MINISTERIO DE AGRICULTURA, PESCA Y ALIMENTACIÓN

DIRECCIÓN GENERAL DE DESARROLLO RURAL, INNOVACIÓN Y FORMACIÓN AGROALIMENTARIA

CONOCE LA RED DE CAMINOS NATURALES DE ESPAÑA

Objetivo y sentido: DAR A CONOCER LA RED DE CAMINOS NATURALES DE ESPAÑA.

Ejecución: Anual **Periodo de ejecución:** Del 1 de enero al 31 de diciembre de 2023

Coste: 4.043.000

Aplicación presupuestaria: Concepto 641

SopORTE: Televisión, radio, prensa, revistas, Internet, exterior, relaciones públicas y otras herramientas

Difusión: Nacional **Idioma:** Castellano, catalán, gallego, euskera e inglés **Evaluación:** Postest

Población objetivo de la campaña: General

Medidas accesibilidad: Subtitulación

Observaciones: Se va a utilizar la creatividad realizada en 2022

PLATAFORMA DE ASESORES AKIS

Objetivo y sentido: DAR A CONOCER LA PLATAFORMA DE ASESORES AKIS A LOS DISTINTOS ACTORES DE LOS SISTEMAS DE CONOCIMIENTO E INNOVACIÓN AGRÍCOLAS (AKIS) Y EN ESPECIAL A LOS ASESORES Y ASESORAS AGRARIOS. LA PLATAFORMA DE ASESORES AKIS SE CONCIBE COMO UNA HERRAMIENTA PARA DINAMIZAR LA TRANSFERENCIA DE CONOCIMIENTOS E INFORMACIÓN ENTRE LOS ACTORES DE AKIS. ESTA PLATAFORMA ESTÁ FINANCIADA CON EL FONDO NEXTGENERARION, SIENDO UNA DE LAS ACTUACIONES DE LA INVERSIÓN 5 DEL COMPONENTE 3 DEL PRTR. LA CREACIÓN DE LA PLATAFORMA DE ASESORES AKIS ES UNA ACTUACIÓN QUE SE HA INCLUIDO EN EL PLAN ESTRATÉGICO DE LA PAC, COMO UNO DE LOS INSTRUMENTOS PARA IMPULSAR LOS FLUJOS DE CONOCIMIENTO E INFORMACIÓN.

Ejecución: Anual **Periodo de ejecución:** A determinar

Coste: 135.050

Aplicación presupuestaria: Conceptos 694 y 640

SopORTE: A determinar

Difusión: Nacional **Idioma:** Castellano, catalán, gallego y euskera **Evaluación:** Postest

Población objetivo de la campaña: Actores de los sistemas de conocimiento e innovación agrarios (AKIS)

Medidas accesibilidad: Subtitulación

Observaciones: La creatividad será financiada con fondos Next Generation

PRESENCIA INSTITUCIONAL DE CAMINOS NATURALES EN FERIAS DE ÁMBITO NACIONAL

Objetivo y sentido: PARTICIPACIÓN EN FERIAS DE TURISMO RURAL Y DE NATURALEZA PARA DAR A CONOCER LA RED DE CAMINOS NATURALES DE ESPAÑA.

Ejecución: Anual **Periodo de ejecución:** Del 1 de enero al 31 de diciembre de 2023

Coste: 132.499

Aplicación presupuestaria: Concepto 641

SopORTE: Relaciones públicas y otras herramientas: eventos

Difusión: Nacional **Idioma:** Castellano

Población objetivo de la campaña: General

MINISTERIO DE AGRICULTURA, PESCA Y ALIMENTACIÓN

DIRECCIÓN GENERAL DE DESARROLLO RURAL, INNOVACIÓN Y FORMACIÓN AGROALIMENTARIA

CREACIÓN DE UN HUB DE INNOVACIÓN DIGITAL PARA EMPRESAS DEL SECTOR AGROALIMENTARIO

Objetivo y sentido: DAR A CONOCER A FUTUROS BENEFICIARIOS DEL HUB DE INNOVACIÓN (EMPRESAS AGROTECH, EMPRESAS AGROALIMENTARIAS QUE QUIEREN AVANZAR EN LA DIGITALIZACIÓN DE SU EMPRESA) LAS POSIBILIDADES QUE LES OFRECE EN MATERIA DE ACERCAMIENTO DE LAS NUEVAS SOLUCIONES TECNOLÓGICAS A LA REALIDAD AGROALIMENTARIA.

Ejecución: Anual **Periodo de ejecución:** Del 1 de enero al 31 de diciembre de 2023

Coste: 106.515

Aplicación presupuestaria: Concepto 640

SopORTE: A determinar

Difusión: Nacional **Idioma:** Castellano **Evaluación:** Postest

Población objetivo de la campaña: Empresarios

DIRECCIÓN GENERAL DE LA INDUSTRIA ALIMENTARIA

ALIMENTOS DE ESPAÑA, POTENCIA ALIMENTARIA

Objetivo y sentido: PROMOCIONAR LOS ALIMENTOS EMBLEMÁTICOS PRODUCIDOS EN NUESTRO PAÍS Y QUE FORMAN PARTE DE NUESTRA GASTRONOMÍA, ESPECIALMENTE LOS PRODUCIDOS EN LAS ZONAS RURALES Y LA ESPAÑA DESPOBLADA. POSICIONAR A LA INDUSTRIA ALIMENTARIA ESPAÑOLA COMO MOTOR DE CRECIMIENTO ECONÓMICO Y DE EMPLEO, CAPAZ DE FIJAR POBLACIÓN RURAL Y DE PRODUCIR ALIMENTOS CON PRESTIGIO Y RECONOCIDOS EN LOS MERCADOS. PONER EN VALOR LOS ALIMENTOS DE CALIDAD DIFERENCIADA COMO LAS DENOMINACIONES DE ORIGEN, LAS INDICACIONES GEOGRÁFICAS O LA PRODUCCIÓN ECOLÓGICA.

Ejecución: Plurianual **Periodo de ejecución:** Del 1 de abril de 2023 al 6 de diciembre de 2024

Coste: 4.506.515 **Coste Plurianual:** 6.513.030,85

Aplicación presupuestaria: Subconcepto 640.08

SopORTE: Televisión, radio, prensa, revistas, Internet y exterior

Difusión: Nacional **Idioma:** Castellano **Evaluación:** Postest

Población objetivo de la campaña: General

Medidas accesibilidad: Subtitulación

ALIMENTOS DE ESPAÑA, EL PAÍS MÁS RICO DEL MUNDO

Objetivo y sentido: TRANSMITIR LOS BENEFICIOS DE CONSUMIR PRODUCTOS AGRARIOS Y PESQUEROS, INCIDIENDO EN LA CALIDAD Y VARIEDAD DE NUESTROS ALIMENTOS. INCENTIVAR EL CONSUMO DE PROXIMIDAD, RECONOCIENDO DE ESA FORMA EL VALOR DEL TRABAJO DE AGRICULTORES, GANADEROS Y PESCADORES QUE REPRESENTAN EL ORIGEN DE NUESTROS ALIMENTOS, TRANSMITIENDO UN ENFOQUE ESPERANZADOR DE FUTURO PARA LAS NUEVAS GENERACIONES DEL SECTOR, DANDO ESPECIAL VISIBILIDAD A LOS JÓVENES.

Ejecución: Plurianual **Periodo de ejecución:** Del 10 de noviembre de 2022 al 30 de noviembre de 2023

Coste: 2.006.515 **Coste Plurianual:** 5.240.365

Aplicación presupuestaria: Subconcepto 640.08

SopORTE: Televisión, radio, prensa, revistas, Internet, exterior y cine

Difusión: Nacional **Idioma:** Castellano **Evaluación:** Postest

Población objetivo de la campaña: General

Medidas accesibilidad: Subtitulación

MINISTERIO DE AGRICULTURA, PESCA Y ALIMENTACIÓN

DIRECCIÓN GENERAL DE LA INDUSTRIA ALIMENTARIA

PROMOCIÓN DEL SECTOR AGROALIMENTARIO Y PESQUERO ESPAÑOL

Objetivo y sentido: PROMOCIONAR Y PONER EN VALOR AL SECTOR AGRARIO Y ALIMENTARIO ESPAÑOL CON EL FIN DE APOYAR E IMPULSAR LA INDUSTRIA Y MERCADOS ALIMENTARIOS, AGRÍCOLAS Y GANADEROS.

Ejecución: Anual **Periodo de ejecución:** Del 1 de mayo al 6 de diciembre de 2023

Coste: 2.006.515

Aplicación presupuestaria: Subconcepto 640.08

SopORTE: Radio, prensa, revistas, exterior y cine

Difusión: Nacional **Idioma:** Castellano **Evaluación:** Postest

Población objetivo de la campaña: General

Medidas accesibilidad: Subtitulación

Observaciones: Se utilizarán creatividades de campañas anteriores.

PARTICIPACIÓN EN FERIAS Y EVENTOS DE CARÁCTER AGROALIMENTARIO Y PESQUERO 2023

Objetivo y sentido: LA PRESENCIA INSTITUCIONAL DEL MINISTERIO DE AGRICULTURA, PESCA Y ALIMENTACIÓN EN ESTOS EVENTOS, MEDIANTE STANDS PROPIOS Y ACCIONES ESPECÍFICAS, TIENE EL OBJETO DE SERVIR DE APOYO A LOS SECTORES PROFESIONALES PROTAGONISTAS DE LOS MISMOS PARA SU INTERNACIONALIZACIÓN Y ASÍ CONTRIBUIR A LA PROMOCIÓN MÁS GENÉRICA DE LOS PRODUCTOS AGROALIMENTARIOS Y PESQUEROS.

Ejecución: Anual **Periodo de ejecución:** Del 1 de enero al 31 de diciembre de 2023

Coste: 1.500.000

Aplicación presupuestaria: Subconcepto 640.08

SopORTE: Relaciones públicas

Difusión: Nacional **Idioma:** Castellano

Población objetivo de la campaña: General

Observaciones: El MAPA participa en las ferias con un estand institucional y en distintos eventos con carácter agroalimentario y pesquero con fines de promoción del sector.

PREMIOS ALIMENTOS DE ESPAÑA 2023

Objetivo y sentido: DIVULGAR LA CONVOCATORIA ANUAL DE LOS PREMIOS #ALIMENTOSDEESPAÑA COMO MEDIDA DE PROMOCIÓN Y CONOCIMIENTO DE NUESTROS PRODUCTOS AGROALIMENTARIOS, ASÍ COMO RECONOCER EL TRABAJO DE ENTIDADES, EMPRESARIOS Y PROFESIONALES QUE FORMAN PARTE DEL SECTOR AGROALIMENTARIO. LOS PREMIOS SE ENTREGARÁN EN UN ACTO CONVOCADO POR EL DEPARTAMENTO EN EL QUE PARTICIPAN LOS GALARDONADOS, AUTORIDADES, REPRESENTANTES DEL SECTOR AGROALIMENTARIO Y PESQUERO Y DE OTROS SECTORES VINCULADOS CON ÉL, ASÍ COMO MEDIOS DE COMUNICACIÓN.

Ejecución: Anual **Periodo de ejecución:** Del 1 de enero al 31 de diciembre de 2023

Coste: 72.000

Aplicación presupuestaria: Subconcepto 640.08

SopORTE: Relaciones públicas

Difusión: Nacional **Idioma:** Castellano

Población objetivo de la campaña: General

MINISTERIO DE AGRICULTURA, PESCA Y ALIMENTACIÓN

ENTIDAD ESTATAL DE SEGUROS AGRARIOS (ENESA)

PLAN DE SEGUROS AGRARIOS 2023

Objetivo y sentido: DIVULGAR Y PROMOCIONAR EL SISTEMA DE SEGUROS AGRARIOS COMBINADOS, ASÍ COMO LAS NOVEDADES INCORPORADAS EN EL AÑO 2023 Y FOMENTAR LA CONTRATACIÓN ENTRE AGRICULTORES, GANADEROS, PROPIETARIOS FORESTALES Y ACUICULTORES.

Ejecución: Anual **Periodo de ejecución:** Del 1 de junio al 31 de octubre de 2023

Coste: 395.850

Aplicación presupuestaria: Subconcepto 226.02

SopORTE: Televisión, radio, revistas e Internet

Difusión: Nacional **Idioma:** Castellano, catalán, gallego, euskera y valenciano **Evaluación:** Postest

Población objetivo de la campaña: Trabajadores, agricultores, ganaderos, acuicultores y propietarios forestales

Medidas accesibilidad: Subtitulación

FONDO ESPAÑOL DE GARANTÍA AGRARIA (FEGA)

AYUDAS DE LA POLÍTICA AGRÍCOLA COMÚN 2023

Objetivo y sentido: PONER EN VALOR LA LABOR DE LOS AGRICULTORES Y GANADEROS Y SU IMPORTANCIA. COMUNICAR MENSAJES RESPECTO AL NUEVO PLAN ESTRATÉGICO DE LA PAC, LLAMAR LA ATENCIÓN DE LOS AGRICULTORES Y GANADEROS PARA QUE SOLICITEN LAS AYUDAS (APERTURA DE PLAZO) Y DIRECCIONAR A LA WEB PARA SOLICITAR MÁS INFORMACIÓN.

Ejecución: Anual **Periodo de ejecución:** Del 1 de enero al 31 de mayo de 2023

Coste: 750.000

Aplicación presupuestaria: Subconcepto 226.02

SopORTE: Televisión, radio, prensa, revistas, Internet y relaciones públicas

Difusión: Nacional **Idioma:** Castellano, catalán, gallego y euskera **Evaluación:** Postest

Población objetivo de la campaña: General, agricultores y ganaderos

Medidas accesibilidad: Subtitulación

MINISTERIO DE POLÍTICA TERRITORIAL

SECRETARÍA DE ESTADO DE POLÍTICA TERRITORIAL

DIFUNDIR EL PROCESO DE FUSIÓN DE LOS AYUNTAMIENTOS DE DON BENITO Y VILLANUEVA DE LA SERENA

Objetivo y sentido: ACERCAR EL PROCESO DE FUSIÓN A LOS CIUDADANOS DE LOS MUNICIPIOS INVOLUCRADOS.

Ejecución: Anual **Periodo de ejecución:** Del 13 de febrero al 31 de marzo de 2023

Coste: 12.000


Aplicación presupuestaria: Subconcepto 226.02

SopORTE: Internet y exterior

Difusión: Local **Idioma:** Castellano

Población objetivo de la campaña: General y ciudadanos de los municipios involucrados

MINISTERIO DE POLÍTICA TERRITORIAL	
SECRETARÍA GENERAL DE COORDINACIÓN TERRITORIAL	
LA ADMINISTRACIÓN CERCA DE TI	
Objetivo y sentido: FACILITAR QUE EL CIUDADANO DEL ENTORNO RURAL NO TENGA QUE DESPLAZARSE A LA CAPITAL DE PROVINCIA Y PUEDA REALIZAR LOS TRÁMITES DESDE SU MUNICIPIO. ACERCAR LOS SERVICIOS DE LA ADMINISTRACIÓN GENERAL DEL ESTADO, REDUCIENDO LA BRECHA TERRITORIAL Y GENERACIONAL.	
Ejecución: Anual	Periodo de ejecución: Del 1 de enero al 31 de diciembre de 2023
Coste: 10.000	
Aplicación presupuestaria: Subconcepto 226.02	
SopORTE: Internet y exterior	
Difusión: Nacional	Idioma: Castellano, catalán, gallego, euskera y valenciano
Población objetivo de la campaña: Población del ámbito rural	

MINISTERIO PARA LA TRANSICIÓN ECOLÓGICA Y EL RETO DEMOGRÁFICO	
O.A. PARQUES NACIONALES	
	
MARCA "RESERVAS DE LA BIOSFERA ESPAÑOLAS"	
Objetivo y sentido: EL OBJETIVO DE LA CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN ES PROMOCIONAR LA RED ESPAÑOLA DE RESERVAS DE LA BIOSFERA, LA MARCA "RESERVAS DE LA BIOSFERA ESPAÑOLAS" Y EL ESCAPARATE WEB DE LA MARCA "RESERVAS DE LA BIOSFERA ESPAÑOLAS".	
Ejecución: Plurianual	Periodo de ejecución: A determinar
Coste: 251.000	Coste Plurianual: 601.000
Aplicación presupuestaria: Subconcepto 691.01	
SopORTE: Internet	
Difusión: Nacional	Idioma: Castellano Evaluación: Postest
Población objetivo de la campaña: General, empresarios y visitantes Reservas Biosfera	
Observaciones: La difusión de la campaña se prevé hasta el año 2025. Campaña financiada con fondos Next Generation	

SUBSECRETARÍA. OFICINA TÉCNICA DEL MAR MENOR	
SENSIBILIZACIÓN SOBRE LA SITUACION DEL MAR MENOR Y LA IMPORTANCIA DE SU RECUPERACIÓN	
Objetivo y sentido: INFORMAR Y SENSIBILIZAR SOBRE LA SITUACIÓN DEL MAR MENOR, LA IMPORTANCIA DE LA RECUPERACIÓN DEL ECOSISTEMA Y SU CUENCA VERTIENTE, Y LA NECESIDAD DE ACTUAR SOBRE EL ORIGEN DEL PROBLEMA CON SOLUCIONES BASADAS EN LA NATURALEZA Y EL RIGOR CIENTÍFICO. EXPLICAR EL ESFUERZO INVERSOR DEL MITECO PARA REVERTIR LA DEGRADACIÓN ECOLÓGICA, SOCIAL Y ECONÓMICA DE LA LAGUNA Y SU ENTORNO MEDIANTE LA EJECUCIÓN DEL MARCO DE ACTUACIONES PRIORITARIAS PARA RECUPERAR EL MAR MENOR (MAPMM), INTEGRANDO A LOS SECTORES ECONÓMICOS MÁS REPRESENTATIVOS DE LA COMARCA DE CARTAGENA.	
Ejecución: Anual	Periodo de ejecución: Del 1 de febrero al 31 de marzo de 2023 y del 1 de agosto al 31 de octubre de 2023
Coste: 1.000.000	
Aplicación presupuestaria: Concepto 640	
SopORTE: Televisión, radio, prensa e Internet	
Difusión: Nacional	Idioma: Castellano Evaluación: Postest
Población objetivo de la campaña: General y sectores económicos implicados, residentes y veraneantes	
Medidas accesibilidad: Subtitulación	

MINISTERIO PARA LA TRANSICIÓN ECOLÓGICA Y EL RETO DEMOGRÁFICO

SECRETARÍA DE ESTADO DE ENERGÍA

BENEFICIOS DE LA TRANSICIÓN ENERGÉTICA

Objetivo y sentido: TRANSMITIR A LA CIUDADANÍA LOS BENEFICIOS AMBIENTALES Y SOCIALES DE LA TRANSICIÓN HACIA UN MODELO ENERGÉTICO LIMPIO BASADO EN RENOVABLES.

Ejecución: Anual **Periodo de ejecución:** Del 1 de enero al 1 de julio de 2023

Coste: 4.000.000

Aplicación presupuestaria: Concepto 640

Saporte: Televisión, radio y prensa

Difusión: Nacional **Idioma:** Castellano, catalán, gallego y euskera **Evaluación:** Postest

Población objetivo de la campaña: General

Medidas accesibilidad: Subtitulación



INSTITUTO PARA LA DIVERSIFICACIÓN Y AHORRO DE LA ENERGÍA (IDAE)

EL CIUDADANO COMO ACTOR CLAVE EN LA TRANSICIÓN ENERGÉTICA

Objetivo y sentido: PROMOCIÓN DE LAS OPORTUNIDADES QUE BRINDA EL PLAN DE RECUPERACIÓN TRANSFORMACIÓN Y RESILIENCIA A LA CIUDADANÍA, EN CONCRETO CON LA ADOPCIÓN DE AUTOCONSUMO Y EFICIENCIA ENERGÉTICA EN EL HOGAR.

Ejecución: Anual **Periodo de ejecución:** Del 1 de septiembre al 30 de octubre de 2023

Coste: 3.630.000

Aplicación presupuestaria: Entidad pública empresarial. Su presupuesto no se ajusta a la clasificación económica de los PGE

Saporte: Televisión, radio, prensa, revistas, Internet, exterior y cine

Difusión: Nacional **Idioma:** Castellano, catalán, gallego y euskera **Evaluación:** Postest

Población objetivo de la campaña: General

Medidas accesibilidad: Subtitulación



FUNDACIÓN CIUDAD DE LA ENERGÍA CIUDEN, F.S.P.

APERTURA DE NUEVO ESPACIO CULTURAL

Objetivo y sentido: DAR LA APERTURA DE LA TÉRMICA CULTURAL, LA NUEVA INSTALACIÓN CULTURAL QUE ALBERGA EL ESPACIO RECUPERADO DE LA ANTIGUA CENTRAL TÉRMICA DE COMPOSTILLA I EN PONFERRADA Y MOSTRAR EL ATRACTIVO DE ESTE NUEVO ESPACIO ABIERTO A LA CIUDADANÍA, ASÍ COMO CONTRIBUIR A LA DIFUSIÓN DE SU PROGRAMACIÓN CULTURAL.

Ejecución: Anual **Periodo de ejecución:** A determinar

Coste: 61.500

Aplicación presupuestaria: Fundación del Sector público estatal. Su presupuesto no se ajusta a la clasificación económica de los PGE

Saporte: A determinar

Difusión: Autonómica **Idioma:** Castellano

Población objetivo de la campaña: General

MINISTERIO PARA LA TRANSICIÓN ECOLÓGICA Y EL RETO DEMOGRÁFICO



FUNDACIÓN CIUDAD DE LA ENERGÍA CIUDEN, F.S.P.

ACTIVIDAD DE CIUDEN

Objetivo y sentido: ACERCAR A LA CIUDADANÍA EL CONOCIMIENTO DE LA ENTIDAD, LA ACTIVIDAD DESARROLLADA POR LA FUNDACIÓN Y SUS ÁREAS DE ACTUACIÓN.

Ejecución: Anual **Periodo de ejecución:** Del 1 de febrero al 31 de diciembre de 2023

Coste: 17.000

Aplicación presupuestaria: Fundación del Sector público estatal. Su presupuesto no se ajusta a la clasificación económica de los PGE

SopORTE: A determinar

Difusión: Provincial **Idioma:** Castellano

Población objetivo de la campaña: General

LA FÁBRICA DE LUZ. MUSEO DE LA ENERGÍA: PATRIMONIO INDUSTRIAL, HISTORIA Y ACTIVIDAD

Objetivo y sentido: DAR A CONOCER EL CARÁCTER SINGULAR DE LA ANTIGUA CENTRAL QUE ALBERGA ACTUALMENTE EL ESPACIO MUSEÍSTICO GENERANDO UN RECUERDO DE MARCA Y UN ATRACTIVO PARA EL VISITANTE. REFORZAR EL POSICIONAMIENTO DEL ESPACIO COMO UNO DE LOS ELEMENTOS SINGULARES DEL PATRIMONIO INDUSTRIAL Y PUBLICITAR LA ACTIVIDAD CULTURAL GENERADA EN SU INSTALACIÓN PARA CAPTAR VISITANTES.

Ejecución: Anual **Periodo de ejecución:** Del 1 de julio al 31 de diciembre de 2023

Coste: 17.000

Aplicación presupuestaria: Fundación del Sector público estatal. Su presupuesto no se ajusta a la clasificación económica de los PGE

SopORTE: Televisión, radio, prensa e Internet

Difusión: Provincial **Idioma:** Castellano

Población objetivo de la campaña: General

DIRECCIÓN GENERAL DEL AGUA

PUESTA EN VALOR DE LA PROTECCIÓN DEL AGUA A TRAVÉS DE LA DIGITALIZACIÓN (PERTE DIGITALIZACIÓN DEL CICLO DEL AGUA)

Objetivo y sentido: DAR A CONOCER Y PONER EN VALOR LA NECESIDAD DE FOMENTAR UNA MEJOR GESTIÓN DEL AGUA EN ESPAÑA, COMO ELEMENTO ESENCIAL DE ADAPTACIÓN AL CAMBIO CLIMÁTICO, A TRAVÉS DE LA DIGITALIZACIÓN DE SU GESTIÓN Y EL FOMENTO DE LA TRANSPARENCIA EN LA GESTIÓN DE LA MISMA.

Ejecución: Anual **Periodo de ejecución:** Del 1 de septiembre al 31 de octubre de 2023

Coste: 500.000

Aplicación presupuestaria: Concepto 640

SopORTE: Radio, prensa, revistas, Internet y exterior

Difusión: Nacional **Idioma:** Castellano **Evaluación:** Postest

Población objetivo de la campaña: General

Medidas accesibilidad: Audiodescripción

MINISTERIO PARA LA TRANSICIÓN ECOLÓGICA Y EL RETO DEMOGRÁFICO



MANCOMUNIDAD DE LOS CANALES DEL TAIBILLA (MCT)

CAMPAÑA DE AHORRO DE AGUA

Objetivo y sentido: CONCIENCIAR A LA POBLACIÓN SOBRE LA NECESIDAD DE AHORRAR AGUA PARA UN USO SOSTENIBLE DE LOS RECURSOS NATURALES.

Ejecución: Anual **Periodo de ejecución:** Del 5 de junio al 30 de septiembre de 2023

Coste: 75.000

Aplicación presupuestaria: Subconcepto 226.02

Soporte: Televisión, radio, prensa e Internet

Difusión: Regional **Idioma:** Castellano

Población objetivo de la campaña: General

DIVULGACIÓN DE LA ACTIVIDAD QUE REALIZA LA MANCOMUNIDAD DE LOS CANALES DEL TAIBILLA

Objetivo y sentido: INFORMAR SOBRE LA SITUACIÓN DEL SUMINISTRO DE AGUA POTABLE Y EL TRABAJO QUE REALIZA LA MANCOMUNIDAD DE LOS CANALES DEL TAIBILLA PARA ASEGURARLO.

Ejecución: Anual **Periodo de ejecución:** Del 1 de marzo al 15 de diciembre de 2023

Coste: 25.000

Aplicación presupuestaria: Subconcepto 226.02

Soporte: Televisión, radio, prensa, Internet y otras herramientas (jornadas con Ayuntamientos)

Difusión: Regional **Idioma:** Castellano

Población objetivo de la campaña: General

DÍA MUNDIAL DEL AGUA

Objetivo y sentido: SENSIBILIZAR A LA CIUDADANÍA SOBRE LA IMPORTANCIA DEL AGUA COMO RECURSO VITAL Y BIEN ESCASO.

Ejecución: Anual **Periodo de ejecución:** El 22 de marzo de 2023

Coste: 6.000

Aplicación presupuestaria: Subconcepto 226.02

Soporte: Radio, Prensa e Internet

Difusión: Regional **Idioma:** Castellano

Población objetivo de la campaña: General

DÍA MUNDIAL DEL MEDIO AMBIENTE

Objetivo y sentido: CONCIENCIAR A LOS CIUDADANOS SOBRE EL USO EFICIENTE Y EL AHORRO DE AGUA.

Ejecución: Anual **Periodo de ejecución:** El 5 de junio de 2023

Coste: 6.000

Aplicación presupuestaria: Subconcepto 226.02

Soporte: Radio, prensa e Internet

Difusión: Regional **Idioma:** Castellano

Población objetivo de la campaña: General

- Campañas a realizar en todo el ámbito geográfico abastecido por la Mancomunidad de los Canales del Taibilla (Albacete, Alicante y Región de Murcia)

MINISTERIO PARA LA TRANSICIÓN ECOLÓGICA Y EL RETO DEMOGRÁFICO



CONFEDERACIÓN HIDROGRÁFICA DEL CANTÁBRICO

ACTUALIDAD DE LA CONFEDERACIÓN HIDROGRÁFICA DEL CANTÁBRICO

Objetivo y sentido: INFORMAR SOBRE LAS ACTIVIDADES DE INTERÉS PÚBLICO QUE SE REALIZAN EN EL MARCO DE LA CUENCA HIDROGRÁFICA DEL CANTÁBRICO.

Ejecución: Anual **Periodo de ejecución:** A determinar

Coste: 53.000

Aplicación presupuestaria: Subconceptos 226.02 y 227.99

SopORTE: Televisión, radio, prensa, Internet y otras herramientas (redes sociales propias)

Difusión: Regional **Idioma:** Castellano, gallego y euskera **Evaluación:** Postest

Población objetivo de la campaña: General

Medidas accesibilidad: Subtitulación



CONFEDERACIÓN HIDROGRÁFICA DEL DUERO

ACTUALIDAD DE LA CONFEDERACIÓN HIDROGRÁFICA DEL DUERO

Objetivo y sentido: DAR A CONOCER A LA CIUDADANÍA LOS HECHOS MÁS RELEVANTES Y DE ACTUALIDAD DE LA CUENCA DEL DUERO.

Ejecución: Anual **Periodo de ejecución:** Del 1 de enero al 31 de diciembre de 2023

Coste: 75.000

Aplicación presupuestaria: Subconcepto 226.02

SopORTE: A determinar

Difusión: Regional **Idioma:** Castellano

Población objetivo de la campaña: General

DÍA MUNDIAL DE AGUA

Objetivo y sentido: DAR A CONOCER EN ESTA JORNADA MUNDIAL PROMOVIDA POR LA ONU LA IMPORTANCIA DEL AGUA EN LA VIDA HUMANA Y LA NECESIDAD DE SU AHORRO PARA MANTENER EL EQUILIBRIO DE LOS ECOSISTEMAS.

Ejecución: Anual **Periodo de ejecución:** Del 15 al 23 de marzo de 2023

Coste: 15.000

Aplicación presupuestaria: Subconcepto 226.02

SopORTE: A determinar

Difusión: Regional **Idioma:** Castellano

Población objetivo de la campaña: General

DÍA MUNDIAL DEL MEDIO AMBIENTE

Objetivo y sentido: SENSIBILIZAR A LA CIUDADANÍA ACERCA DE LA CONVENIENCIA DE UN DESARROLLO SOSTENIBLE PARA CUIDAR EL MEDIO AMBIENTE.

Ejecución: Anual **Periodo de ejecución:** Del 2 al 7 de junio de 2023

Coste: 15.000

Aplicación presupuestaria: Subconcepto 226.02

SopORTE: A determinar

Difusión: Regional **Idioma:** Castellano

Población objetivo de la campaña: General

MINISTERIO PARA LA TRANSICIÓN ECOLÓGICA Y EL RETO DEMOGRÁFICO



CONFEDERACIÓN HIDROGRÁFICA DEL EBRO

NAVEGACIÓN Y ESPECIES INVASORAS EN LOS EMBALSES NAVEGABLES DE LA CUENCA DEL EBRO

Objetivo y sentido: DAR A CONOCER LA CIUDADANÍA LA NUEVA NORMATIVA DE LOS DISTINTOS ACCESOS A LOS EMBALSES CON CARTELERÍA RELATIVA A LA CLASIFICACIÓN DE LOS EMBALSES PARA LA NAVEGACIÓN, RECORDANDO ASÍ MISMO EL RIESGO DE DISPERSIÓN DEL MEJILLÓN CEBRA.

Ejecución: Anual **Periodo de ejecución:** A determinar

Coste: 45.000

Aplicación presupuestaria: Subconcepto 226.02

SopORTE: Internet, exterior y otras herramientas (redes sociales propias)

Difusión: Regional **Idioma:** Castellano

Población objetivo de la campaña: General

VISIBILIZAR LA IMPORTANCIA DE LA GESTIÓN DEL AGUA EN LA CUENCA DEL EBRO

Objetivo y sentido: ACERCAR Y SENSIBILIZAR A LA CIUDADANÍA SOBRE LA IMPORTANCIA DE LA GESTIÓN DEL AGUA COMO RECURSO VITAL Y DEPENDIENTE DE LAS CONDICIONES CLIMÁTICAS.

Ejecución: Anual **Periodo de ejecución:** A determinar

Coste: 25.000

Aplicación presupuestaria: Subconcepto 226.02

SopORTE: Internet y otras herramientas (redes sociales propias)

Difusión: Regional **Idioma:** Castellano

Población objetivo de la campaña: General

TUTORIALES ACCESO SERVICIOS EN SEDE ELECTRÓNICA

Objetivo y sentido: FACILITAR A LOS CIUDADANOS Y ESPECIALMENTE A LAS ENTIDADES JURÍDICAS QUE ESTÁN OBLIGADAS A RELACIONARSE ELECTRÓNICAMENTE CON LA ADMINISTRACIÓN, EL ACCESO A TRAVÉS DE LA WEB A LOS DIFERENTES SERVICIOS QUE PRESTA LA CONFEDERACIÓN HIDROGRÁFICA DEL EBRO.

Ejecución: Anual **Periodo de ejecución:** A determinar

Coste: 20.000

Aplicación presupuestaria: Subconcepto 226.02

SopORTE: Internet y otras herramientas (redes sociales propias)

Difusión: Regional **Idioma:** Castellano

Población objetivo de la campaña: General

Medidas accesibilidad: Subtitulación

MINISTERIO PARA LA TRANSICIÓN ECOLÓGICA Y EL RETO DEMOGRÁFICO



CONFEDERACIÓN HIDROGRÁFICA DEL EBRO

EL CAMINO DE SANTIAGO. DESARROLLO TERRITORIAL DEL ENTORNO DEL EMBALSE DE YESA

Objetivo y sentido: DAR A CONOCER Y PROMOCIONAR LAS EDIFICACIONES Y MONUMENTOS DE LAS LOCALIDADES QUE ATRAVIESA LA RUTA JACOBEA EN EL ENTORNO DEL EMBALSE DE YESA, HACIENDO HINCAPIÉ EN LA CONSERVACION DE LOS RIOS Y LAS INFRAESTRUCTURAS DEL AGUA COMO ELEMENTO CONDUCTOR.

Ejecución: Anual **Periodo de ejecución:** A determinar

Coste: 20.000

Aplicación presupuestaria: Subconcepto 226.02

Soporte: Internet y otras herramientas (redes sociales propias)

Difusión: Regional **Idioma:** Castellano

Población objetivo de la campaña: General

DIVULGACIÓN EN LA CUENCA DEL EBRO

Objetivo y sentido: DAR A CONOCER EL ORGANISMO DE CUENCA EN SU RELACIÓN CON EL CIUDADANO Y LA GESTIÓN DE LOS RECURSOS HÍDRICOS.

Ejecución: Anual **Periodo de ejecución:** A determinar

Coste: 15.000

Aplicación presupuestaria: Subconcepto 226.02

Soporte: Internet y otras herramientas (redes sociales propias)

Difusión: Regional **Idioma:** Castellano

Población objetivo de la campaña: General

DÍA MUNDIAL DEL AGUA

Objetivo y sentido: CONCIENCIAR A LOS CIUDADANOS DE LA CUENCA SOBRE LA IMPORTANCIA DEL AGUA COMO RECURSO ESCASO Y LA NECESIDAD DE UNA GESTIÓN RESPONSABLE.

Ejecución: Anual **Periodo de ejecución:** Del 1 al 22 de marzo de 2023

Coste: 12.000

Aplicación presupuestaria: Subconcepto 226.02

Soporte: Radio, prensa, revistas, Internet y otras herramientas (redes sociales propias)

Difusión: Regional **Idioma:** Castellano

Población objetivo de la campaña: General

MINISTERIO PARA LA TRANSICIÓN ECOLÓGICA Y EL RETO DEMOGRÁFICO



CONFEDERACIÓN HIDROGRÁFICA DEL GUADALQUIVIR

ACTUALIDAD E INFORMACIÓN DE INTERÉS PÚBLICO DE LA CONFEDERACIÓN HIDROGRÁFICA DEL GUADALQUIVIR.

Objetivo y sentido: INFORMAR A LA CIUDADANÍA DE LOS HECHOS MÁS RELEVANTES E INFORMACIÓN DE INTERÉS PÚBLICO EN EL MARCO DE LA CUENCA HIDROGRÁFICA DEL GUADALQUIVIR.

Ejecución: Anual **Periodo de ejecución:** A determinar

Coste: 150.000

Aplicación presupuestaria: Subconcepto 226.02

SopORTE: Radio, prensa, Internet y exterior

Difusión: Regional **Idioma:** Castellano

Población objetivo de la campaña: General

SEQUÍA EN LA CUENCA DEL GUADALQUIVIR

Objetivo y sentido: INFORMAR SOBRE LA SITUACIÓN DE LA CUENCA Y DE LOS DISTINTOS MECANISMOS PARA HACER UN CONSUMO RESPONSABLE DEL AGUA.

Ejecución: Anual **Periodo de ejecución:** A determinar

Coste: 70.000

Aplicación presupuestaria: Subconcepto 226.02

SopORTE: Radio, prensa, Internet y exterior

Difusión: Regional **Idioma:** Castellano

Población objetivo de la campaña: General

DÍA MUNDIAL DEL AGUA

Objetivo y sentido: FOMENTAR EN LA CIUDADANÍA LA CORRECTA GESTIÓN, EL USO RESPONSABLE Y LA PROTECCIÓN DE LOS RECURSOS HÍDRICOS.

Ejecución: Anual **Periodo de ejecución:** Del 19 al 25 de marzo de 2023

Coste: 60.000

Aplicación presupuestaria: Subconcepto 226.02

SopORTE: Radio, prensa, Internet y exterior

Difusión: Regional **Idioma:** Castellano

Población objetivo de la campaña: General

EDUCACIÓN AMBIENTAL CHG

Objetivo y sentido: DIFUSIÓN DE LAS ACTIVIDADES, ACTUACIONES Y PROGRAMAS DE ACTUACIÓN AMBIENTAL DEL ORGANISMO.

Ejecución: Anual **Periodo de ejecución:** A determinar

Coste: 50.000

Aplicación presupuestaria: Subconcepto 226.02

SopORTE: Radio, prensa, Internet y exterior

Difusión: Regional **Idioma:** Castellano

Población objetivo de la campaña: General

MINISTERIO PARA LA TRANSICIÓN ECOLÓGICA Y EL RETO DEMOGRÁFICO

CONFEDERACIÓN HIDROGRÁFICA DEL GUADIANA

PREVENCIÓN DE ESPECIES EXÓTICAS INVASORAS

Objetivo y sentido: CONCIENCIAR A LA POBLACIÓN Y USUARIOS DEL RÍO ACERCA DE LA IMPORTANCIA DE PREVENIR LA INTRODUCCIÓN DE ESPECIES EXÓTICAS INVASORAS.	
Ejecución: Anual	Periodo de ejecución: A determinar
Coste: 24.700	
Aplicación presupuestaria: Subconcepto 226.02	
SopORTE: Radio, prensa e Internet	
Difusión: Autonómica	Idioma: Castellano
Población objetivo de la campaña: General	

LUCHA CONTRA LA SEQUÍA Y ADAPTACIÓN AL CAMBIO CLIMÁTICO

Objetivo y sentido: PROPORCIONAR PAUTAS ÚTILES SOBRE DISTINTOS ASPECTOS DEL AGUA Y PROMOVER EL USO SOSTENIBLE.	
Ejecución: Anual	Periodo de ejecución: A determinar
Coste: 24.700	
Aplicación presupuestaria: Subconcepto 226.02	
SopORTE: Radio, prensa e Internet	
Difusión: Autonómica	Idioma: Castellano
Población objetivo de la campaña: General	

BASURAS Y VERTIDOS EN EL DPH

Objetivo y sentido: DIFUNDIR LA PROBLEMÁTICA DE LAS BASURAS Y VERTIDOS EN EL DPH PARA LOGRAR UNA CONCIENCIACIÓN SOCIAL.	
Ejecución: Anual	Periodo de ejecución: A determinar
Coste: 24.700	
Aplicación presupuestaria: Subconcepto 226.02	
SopORTE: Radio, prensa e Internet	
Difusión: Autonómica	Idioma: Castellano
Población objetivo de la campaña: General	

ADQUISICIÓN DE DERECHOS EN EL ALTO GUADIANA

Objetivo y sentido: DIFUSIÓN DE LA OFERTA DE ADQUISICIÓN DE DERECHOS EN EL ALTO GUADIANA.	
Ejecución: Anual	Periodo de ejecución: A determinar
Coste: 4.473,6	
Aplicación presupuestaria: Subconcepto 226.02	
SopORTE: Radio y prensa	
Difusión: Autonómica	Idioma: Castellano
Población objetivo de la campaña: General	

MINISTERIO PARA LA TRANSICIÓN ECOLÓGICA Y EL RETO DEMOGRÁFICO

CONFEDERACIÓN HIDROGRÁFICA DEL GUADIANA

DÍA MUNDIAL DEL AGUA

Objetivo y sentido: SENSIBILIZACIÓN Y DIFUSIÓN DEL DÍA MUNDIAL DEL AGUA. DISEÑO Y DESARROLLO DE LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN.

Ejecución: Anual **Periodo de ejecución:** A determinar

Coste: 4.473,6

Aplicación presupuestaria: Subconcepto 226.02

SopORTE: Radio y prensa

Difusión: Nacional **Idioma:** Castellano

Población objetivo de la campaña: General

AHORRO DE AGUA

Objetivo y sentido: SENSIBILIZACIÓN Y DIVULGACIÓN DE LA IMPORTANCIA DEL AHORRO DE AGUA. DISEÑO Y DESARROLLO DE LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN Y BASES CREATIVAS.

Ejecución: Anual **Periodo de ejecución:** A determinar

Coste: 4.473,6

Aplicación presupuestaria: Subconcepto 226.02

SopORTE: Radio y prensa

Difusión: Nacional **Idioma:** Castellano

Población objetivo de la campaña: General



CONFEDERACIÓN HIDROGRÁFICA DEL MIÑO-SIL

PLANES DE EMERGENCIA DE PRESAS: QUÉ HACER Y CÓMO

Objetivo y sentido: CONOCER LOS PLANES DE EMERGENCIA DE VARIAS PRESAS LOCALIZADAS EN ZONAS URBANAS O PRÓXIMAS (BARCENA, FUENTE DEL AZUFRE, VILASOUTO) DESDE UNA INFORMACION CLARA Y CONCISA QUE APORTE CONOCIMIENTO A LA POBLACION ACERCA DEL QUÉ Y DEL CÓMO ACTUAR EN CASO DE EMERGENCIA.

Ejecución: Anual **Periodo de ejecución:** A determinar

Coste: 15.000

Aplicación presupuestaria: Subconcepto 226.02

SopORTE: A determinar

Difusión: Regional **Idioma:** Castellano y gallego

Población objetivo de la campaña: General

MINISTERIO PARA LA TRANSICIÓN ECOLÓGICA Y EL RETO DEMOGRÁFICO



CONFEDERACIÓN HIDROGRÁFICA DEL MIÑO-SIL

DIA MUNDIAL DEL AGUA

Objetivo y sentido: DAR VALOR A LAS COMPETENCIAS DE LOS ORGANISMOS DE CUENCA Y FOMENTAR EL BUEN USO DEL AGUA Y EL CUIDADO DE NUESTROS CAUCES FLUVIALES Y SU ENTORNO.

Ejecución: Anual **Periodo de ejecución:** Del 15 de marzo al 15 de abril de 2023

Coste: 15.000

Aplicación presupuestaria: Subconcepto 226.02

SopORTE: A determinar

Difusión: Regional **Idioma:** Castellano y gallego

Población objetivo de la campaña: General

Medidas accesibilidad: Subtitulación

PENSEMOS A FUTURO- DIA MUNDIAL DEL MEDIO AMBIENTE

Objetivo y sentido: CONMEMORAR EL DIA MUNDIAL DEL MEDIO AMBIENTE CON ACCIONES QUE FOMENTEN SU RESPETO Y CUIDADO, VALORIZANDO EL MEDIO Y CAMBIANDO LAS ACTITUDES FRENTE A LA RIQUEZA NATURAL QUE NOS RODEA.

Ejecución: Anual **Periodo de ejecución:** Del 31 de mayo al 30 de junio de 2023

Coste: 15.000

Aplicación presupuestaria: Subconcepto 226.02

SopORTE: A determinar

Difusión: Regional **Idioma:** Castellano y gallego

Población objetivo de la campaña: General, empresarios, estudiantes, infantil/juvenil, tercera edad y trabajadores

ECONOMÍA, MEDIO AMBIENTE, DESARROLLO SOSTENIBLE: RÍO LIMIA

Objetivo y sentido: SENSIBILIZAR AL SECTOR PRIMARIO A TRAVÉS DE CAMPAÑAS DE INFORMACIÓN Y DE HERRAMIENTAS QUE SUPONGAN UN MENOR IMPACTO DE LA ACTIVIDAD AGROGANADERA EN LA CUENCA DEL RÍO LIMIA (OURENSE).

Ejecución: Anual **Periodo de ejecución:** A determinar

Coste: 15.000

Aplicación presupuestaria: Subconcepto 226.02

SopORTE: Televisión, radio, prensa, revistas, Internet y otras herramientas (folletos explicativos)

Difusión: Provincial **Idioma:** Castellano y gallego

Población objetivo de la campaña: General, empresarios, estudiantes, tercera edad y trabajadores

LA CHMS CUIDA TUS RÍOS

Objetivo y sentido: FAVORECER EL CONOCIMIENTO DE LA DEMARCACIÓN Y EL TRABAJO DE LOS ORGANISMOS DE CUENCA COMO BASE DE LA TRANSPARENCIA Y LA CERCANÍA AL CIUDADANO.

Ejecución: Anual **Periodo de ejecución:** A determinar

Coste: 15.000

Aplicación presupuestaria: Subconcepto 226.02

SopORTE: A determinar

Difusión: Regional **Idioma:** Castellano y gallego

Población objetivo de la campaña: General, empresarios, estudiantes, infantil/juvenil, tercera edad y trabajadores

MINISTERIO PARA LA TRANSICIÓN ECOLÓGICA Y EL RETO DEMOGRÁFICO



CONFEDERACIÓN HIDROGRÁFICA DEL MIÑO-SIL

PORQUE CADA GOTA CUENTA

Objetivo y sentido: TRANSMITIR A LOS CIUDADANOS, POR UNA PARTE, LA IMPORTANCIA DEL AGUA COMO RECURSO NECESARIO, LIMITADO Y DEPENDIENTE DE LAS CONDICIONES CLIMÁTICAS, Y POR OTRA, LA NECESIDAD DE FOMENTAR EL RESPETO Y CUIDADO DE NUESTROS RÍOS.

Ejecución: Anual **Periodo de ejecución:** A determinar

Coste: 15.000

Aplicación presupuestaria: Subconcepto 226.02

Sopte: A determinar

Difusión: Regional **Idioma:** Castellano y gallego

Población objetivo de la campaña: General, empresarios, estudiantes, infantil/juvenil, tercera edad y trabajadores

ACTUACIONES COFINANCIADAS CON FONDOS FEDER

Objetivo y sentido: DIFUNDIR LAS ACTUACIONES COFINANCIADAS CON FONDOS FEDER ORIENTADAS A REDUCIR LAS DIFERENCIAS ENTRE LOS NIVELES DE DESARROLLO DE LAS REGIONES EUROPEAS Y MEJORAR EL NIVEL DE VIDA EN LAS REGIONES MENOS FAVORECIDAS. DIFUSIÓN REQUERIDA POR LOS PROPIOS FONDOS.

Ejecución: Anual **Periodo de ejecución:** A determinar

Coste: 14.000

Aplicación presupuestaria: Subconcepto 226.02

Sopte: A determinar

Difusión: Regional **Idioma:** Castellano y gallego

Población objetivo de la campaña: General

Observaciones: FEDER

SALVANDO OBSTACULOS

Objetivo y sentido: CONCIENCIAR A LA POBLACION DE LA NECESIDAD DE POTENCIAR LOS VALORES NATURALES ASOCIADOS A LOS RÍOS CON LA RETIRADA DE OBSTÁCULOS TRANSVERSALES EN DESUSO.

Ejecución: Anual **Periodo de ejecución:** A determinar


Coste: 13.000

Aplicación presupuestaria: Subconcepto 226.02


Sopte: A determinar

Difusión: Regional **Idioma:** Castellano y gallego

Población objetivo de la campaña: General

MINISTERIO PARA LA TRANSICIÓN ECOLÓGICA Y EL RETO DEMOGRÁFICO	
	CONFEDERACIÓN HIDROGRÁFICA DEL MIÑO-SIL
EL VALOR DE LOS RÍOS: PROTECCIÓN Y CONSERVACIÓN	
Objetivo y sentido: DIVULGACIÓN DE LA RIQUEZA FLUVIAL PRESENTE EN EL "PAIS DE LOS MIL RÍOS" EN LA PARTE GALLEGA Y EN LAS COMARCAS LEONESAS DE BIERZO, LACIANA Y BABIA.	
Ejecución: Anual	Periodo de ejecución: A determinar
Coste: 13.000	
Aplicación presupuestaria: Subconcepto 226.02	
Saporte: A determinar	
Difusión: Regional	Idioma: Castellano y gallego
Población objetivo de la campaña: General, empresarios, estudiantes, infantil/juvenil, tercera edad y trabajadores	

PROYECTOS POCTEP	
Objetivo y sentido: DIFUNDIR LAS INVERSIONES EL PROGRAMA INTERREGIONAL ESPAÑA-PORTUGAL, POCTEP, QUE PROMUEVE PROYECTOS DE COOPERACIÓN TRANSFRONTERIZA CON EL APOYO DE LA UNIÓN EUROPEA Y EXIGE LA CORRESPONDIENTE Y ADECUADA PUBLICIDAD.	
Ejecución: Anual	Periodo de ejecución: A determinar
Coste: 13.500	
Aplicación presupuestaria: Subconcepto 226.02	
Saporte: A determinar	
Difusión: Regional	Idioma: Castellano, gallego e inglés
Población objetivo de la campaña: General	
Observaciones: Interreg Poctep	

	CONFEDERACIÓN HIDROGRÁFICA DEL SEGURA
DIA MUNDIAL DEL AGUA	
Objetivo y sentido: FOMENTAR Y CONCIENCIAR A LOS CIUDADANOS DE LO IMPORTANTE QUE ES UTILIZAR ADECUADAMENTE ESTE ESCASO RECURSO.	
Ejecución: Anual	Periodo de ejecución: Del 1 al 31 de marzo de 2023
Coste: 18.000	
Aplicación presupuestaria: Subconcepto 226.02	
Saporte: Prensa	
Difusión: Provincial	Idioma: Castellano
Población objetivo de la campaña: General	

MINISTERIO PARA LA TRANSICIÓN ECOLÓGICA Y EL RETO DEMOGRÁFICO	
	CONFEDERACIÓN HIDROGRÁFICA DEL SEGURA
DÍA MUNDIAL DEL MEDIO AMBIENTE	
Objetivo y sentido: CONCIENCIAR A LOS CIUDADANOS DE LA NECESIDAD DE PRESERVAR EL MEDIO NATURAL PARA LAS GENERACIONES FUTURAS.	
Ejecución: Anual	Periodo de ejecución: Del 1 al 30 de junio de 2023
Coste: 18.000	
Aplicación presupuestaria: Subconcepto 226.02	
SopORTE: Prensa	
Difusión: Provincial	Idioma: Castellano
Población objetivo de la campaña: General	

	SOCIEDAD ESTATAL AGUAS DE LAS CUENCAS DE ESPAÑA (GRUPO PATRIMONIO)
DÍA MUNDIAL DEL AGUA	
Objetivo y sentido: DIFUNDIR LA CELEBRACIÓN DEL DÍA MUNDIAL DEL AGUA.	
Ejecución: Anual	Periodo de ejecución: El 22 de marzo de 2023
Coste: 15.000	
Aplicación presupuestaria: Sociedad Estatal. Su presupuesto no se ajusta a la clasificación económica de los PGE	
SopORTE: Televisión, radio, prensa y revistas	
Difusión: Regional	Idioma: Castellano
Población objetivo de la campaña: General	

DIRECCIÓN GENERAL DE LA COSTA Y EL MAR	
NUESTRA COSTA, UNA GRAN DEFENSA FRENTE A LOS EFECTOS DEL CAMBIO CLIMÁTICO	
Objetivo y sentido: CONCIENCIAR ACERCA DE LA NECESIDAD DE MANTENER LIBRES LAS COSTAS Y RECUPERAR EL ESPACIO OCUPADO, PARA PODER RECUPERAR PERFILES DE PLAYA ADECUADOS QUE PUEDAN FUNCIONAR COMO DEFENSAS DEL TERRITORIO ANTE LA EROSIÓN Y ANTE LOS EFECTOS DEL CAMBIO CLIMÁTICO. PONER EN VALOR LA LABOR DE PREVENCIÓN, ADAPTACIÓN Y RETIRADA QUE ESTÁ REALIZANDO EL MINISTERIO.	
Ejecución: Anual	Periodo de ejecución: Del 1 de febrero al 31 de marzo de 2023 y del 1 de septiembre al 31 de octubre de 2023
Coste: 1.485.000	
Aplicación presupuestaria: Concepto 640	
SopORTE: Radio y otras herramientas (redes sociales propias)	
Difusión: Nacional	Idioma: Castellano
	Evaluación: Postest
Población objetivo de la campaña: General	
Observaciones: Creatividad realizada en 2022	

MINISTERIO PARA LA TRANSICIÓN ECOLÓGICA Y EL RETO DEMOGRÁFICO

DIRECCIÓN GENERAL DE LA COSTA Y EL MAR

LA PROTECCIÓN DEL MEDIO MARINO, UN MAR PARA TODOS

Objetivo y sentido: INFORMAR SOBRE EL CUIDADO DEL MAR Y SUS RECURSOS PARA MEJORAR LA INFORMACIÓN A DISPOSICIÓN DEL PÚBLICO E INCREMENTAR LA SENSIBILIZACIÓN EN RELACIÓN CON LOS VALORES AMBIENTALES DEL MEDIO MARINO Y LA NECESIDAD DE PROTEGERLO .

Ejecución: Anual **Periodo de ejecución:** A determinar

Coste: 16.141,4

Aplicación presupuestaria: Concepto 640

SopORTE: Otras herramientas: redes sociales propias y web corporativa

Difusión: Nacional **Idioma:** Castellano

Población objetivo de la campaña: General

DIRECCIÓN GENERAL DE BIODIVERSIDAD, BOSQUES Y DESERTIFICACIÓN

GESTIÓN FORESTAL SOSTENIBLE Y PREVENCIÓN DE INCENDIOS FORESTALES

Objetivo y sentido: PONER EN VALOR LA GESTIÓN FORESTAL SOSTENIBLE Y LA MULTIPLICIDAD DE SERVICIOS ECOSISTÉMICOS QUE SE OBTIENEN DE NUESTROS MONTES, COMO ELEMENTOS DE SENSIBILIZACIÓN CARA A LA PREVENCIÓN DE INCENDIOS FORESTALES Y USO RESPONSABLE DEL MONTE. SE PRETENDE ADEMÁS INCIDIR EN LA DIVULGACIÓN EN PLATAFORMAS DIGITALES DE LA SOSTENIBILIDAD DE LOS TRABAJOS, ACTIVIDADES Y PRODUCCIONES FORESTALES, EN LA PROMOCIÓN DEL USO DE LOS PRODUCTOS FORESTALES, MADERABLES Y NO MADERABLES, Y UTILIZAR LAS REDES SOCIALES PARA LA DIFUSIÓN DE MENSAJES Y CONTENIDOS SOBRE TEMÁTICA FORESTAL, LIGÁNDOLO EN LOS ASPECTOS QUE SEA POSIBLE CON SU CONTRIBUCIÓN FRENTE AL RETO DEMOGRÁFICO. VINCULADA A LA CAMPAÑA SOBRE EL VALOR DE LA BIODIVERSIDAD, YA QUE PARA ELLA ES NECESARIA LA GESTIÓN FORESTAL SOSTENIBLE.

Ejecución: Anual **Periodo de ejecución:** A determinar

Coste: 1.850.000

Aplicación presupuestaria: Concepto 640

SopORTE: Televisión, radio, prensa, revistas, Internet, exterior, cine y relaciones públicas

Difusión: Nacional **Idioma:** Castellano

Población objetivo de la campaña: General

Medidas accesibilidad: Subtitulación

VISIBILIZACIÓN DEL VALOR DE LA BIODIVERSIDAD, DEL PATRIMONIO NATURAL Y DE SUS SERVICIOS AMBIENTALES

Objetivo y sentido: DAR A CONOCER A LA SOCIEDAD LOS CONCEPTOS DE BIODIVERSIDAD Y PATRIMONIO NATURAL ASÍ COMO SU VALOR, TANTO INTRÍNSECO COMO EL QUE NOS PROPORCIONAN A TRAVÉS DE LOS SERVICIOS AMBIENTALES BÁSICOS PARA NUESTRA EXISTENCIA, EN PARTICULAR EN EL CONTEXTO ACTUAL EN EL QUE POR PARTE DE NACIONES UNIDAS SE HA IDENTIFICADO COMO UNO DE LOS ELEMENTOS DE LA TRIPLE CRISIS PLANETARIA.

Ejecución: Anual **Periodo de ejecución:** A determinar

Coste: 800.000

Aplicación presupuestaria: Concepto 640

SopORTE: Radio, prensa, revistas, Internet, exterior y relaciones públicas

Difusión: Nacional **Idioma:** Castellano

Población objetivo de la campaña: General

MINISTERIO PARA LA TRANSICIÓN ECOLÓGICA Y EL RETO DEMOGRÁFICO



FUNDACIÓN BIODIVERSIDAD

CAMBIAR LOS ESTILOS DE VIDA PARA RECUPERAR LA NATURALEZA

Objetivo y sentido: DIFUNDIR LOS VALORES DE LA BIODIVERSIDAD Y LO QUE NOS APORTA PARA NUESTRA CALIDAD DE VIDA, SENSIBILIZANDO ACERCA DE LA NECESIDAD DE CAMBIOS EN LOS ESTILOS DE VIDA PARA MEJORAR NUESTRA SALUD Y LA DEL PLANETA, PONIENDO EL FOCO EN LAS PERSONAS Y EN CÓMO PODEMOS SER AGENTES DE CAMBIO.

Ejecución: Anual

Periodo de ejecución: Del 1 de julio al 16 de octubre de 2023

Coste: 242.000

Aplicación presupuestaria: Fundación del Sector Público Estatal. Su presupuesto no se ajusta a la clasificación económica de los PGE

Sopte: Radio, prensa, revistas, Internet, exterior y marketing postal

Difusión: Nacional

Idioma: Castellano

Evaluación: Postest

Población objetivo de la campaña: General

Medidas accesibilidad: Subtitulación

Observaciones: Financiada con fondos NEXT GENERATION

ESTRATEGIA NACIONAL DE INFRAESTRUCTURA VERDE

Objetivo y sentido: DAR A CONOCER A LOS CIUDADANOS LA ESTRATEGIA DE INFRAESTRUCTURA VERDE Y DE LA CONECTIVIDAD Y RESTAURACIÓN ECOLÓGICAS.

Ejecución: Anual

Periodo de ejecución: Del 1 de julio al 16 de octubre de 2023

Coste: 90.750

Aplicación presupuestaria: Fundación del Sector Público Estatal. Su presupuesto no se ajusta a la clasificación económica de los PGE

Sopte: Radio, prensa, revistas, Internet, exterior y marketing postal

Difusión: Nacional

Idioma: Castellano

Evaluación: Postest

Población objetivo de la campaña: General

Medidas accesibilidad: Subtitulación

PROGRAMA DE SENSIBILIZACIÓN ACERCA DE LOS HÁBITOS SALUDABLES Y ESTILOS DE VIDA SOSTENIBLES

Objetivo y sentido: SENSIBILIZAR A LA CIUDADANÍA ACERCA DE LA PROBLEMÁTICA AMBIENTAL A TRAVÉS DE UNA SERIE DE ANIMACIÓN INFANTIL.

Ejecución: Anual

Periodo de ejecución: A determinar

Coste: 70.000

Aplicación presupuestaria: Fundación del Sector Público Estatal. Su presupuesto no se ajusta a la clasificación económica de los PGE

Sopte: Televisión y otras herramientas (redes sociales y plataformas de streaming)

Difusión: Internacional

Idioma: Castellano

Evaluación: Postest

Población objetivo de la campaña: Infantil y juvenil

Observaciones: Campaña financiada con fondos NEXT GENERATION

MINISTERIO PARA LA TRANSICIÓN ECOLÓGICA Y EL RETO DEMOGRÁFICO		
SECRETARÍA GENERAL PARA EL RETO DEMOGRÁFICO		
COHESIÓN TERRITORIAL EN ESPAÑA, RETOS Y OPORTUNIDADES		
Objetivo y sentido: GENERAR EN EL PAÍS UNA VISIÓN SOBRE COHESIÓN TERRITORIAL QUE PONGA EL ACENTO EN LA LUCHA CONTRA LA DESIGUALDAD Y EN LA RELACIÓN POSITIVA URBANO-RURAL. PROMOCIONAR LA ESPAÑA EN RIESGO DE VULNERABILIDAD TERRITORIAL COMO UN TERRITORIO LLENO DE OPORTUNIDADES.		
Ejecución: Anual	Periodo de ejecución: Del 1 al 31 de marzo de 2023 y del 1 de junio al 31 de octubre de 2023	
Coste: 300.000		
Aplicación presupuestaria: Concepto 640		
SopORTE: Prensa e Internet		
Difusión: Nacional	Idioma: Castellano, catalán, gallego y euskera	Evaluación: Postest
Población objetivo de la campaña: General		

MINISTERIO DE CULTURA Y DEPORTE		
SUBSECRETARÍA		
PROMOCIÓN DEL BONO CULTURAL JOVEN 2023		
Objetivo y sentido: DIFUNDIR EL PROGRAMA DEL BONO CULTURAL JOVEN DEL AÑO 2023, DIRIGIDO A LOS CIUDADANOS NACIDOS EN EL AÑO 2005.		
Ejecución: Anual	Periodo de ejecución: A determinar	
Coste: 4.500.000		
Aplicación presupuestaria: Subconcepto 226.02		
SopORTE: Televisión, radio, Internet, exterior y cine		
Difusión: Nacional	Idioma: Castellano, catalán, gallego y euskera	Evaluación: Postest
Población objetivo de la campaña: General		
Medidas accesibilidad: Subtitulación y lenguaje de signos		

SECRETARÍA GENERAL DE CULTURA Y DEPORTE		
RENACIMIENTO CULTURAL 2023		
Objetivo y sentido: DESTINADA A RECUPERAR LA NORMALIDAD EN EL SECTOR CULTURAL PROMOVRIENDO LA VUELTA A LOS TEATROS, CINES, SALAS DE CONCIERTO Y RESTO DE ENTIDADES CULTURALES.		
Ejecución: Anual	Periodo de ejecución: A determinar	
Coste: 3.690.085		
Aplicación presupuestaria: Subconcepto 226.02		
SopORTE: Televisión, radio, prensa, revistas, Internet, exterior y cine		
Difusión: Nacional	Idioma: Castellano, catalán, gallego y euskera	Evaluación: Postest
Población objetivo de la campaña: General		
Medidas accesibilidad: Subtitulación y lenguaje de signos		

MINISTERIO DE CULTURA Y DEPORTE

DIRECCIÓN GENERAL DE INDUSTRIAS CULTURALES, PROPIEDAD INTELECTUAL Y COOPERACIÓN

SENSIBILIZACIÓN CONTRA LA VULNERACIÓN DE DERECHOS DE PROPIEDAD INTELECTUAL EN INTERNET

Objetivo y sentido: CONCIENCIAR Y SENSIBILIZAR A LA CIUDADANÍA ACERCA DE LA IMPORTANCIA DE RESPETAR LOS DERECHOS DE PROPIEDAD INTELECTUAL EN EL ENTORNO DIGITAL. LA PROTECCIÓN DE ESTOS DERECHOS ES PRIORITARIA PARA ESPAÑA, YA QUE LA PRODUCCIÓN DE BIENES Y SERVICIOS CULTURALES SON UN BIEN FUNDAMENTAL Y PRODUCTO DE UN SECTOR ESPAÑOL COMPETITIVO INTERNACIONALMENTE. SU SALVAGUARDA REQUIERE ADOPTAR MEDIDAS DE SENSIBILIZACIÓN CONTRA EL IMPACTO NEGATIVO DE LA "PIRATERÍA" SOBRE LOS CREADORES Y LA ECONOMÍA. LA SENSIBILIZACIÓN EN ESTE ÁMBITO ES UNA HERRAMIENTA FUNDAMENTAL PARA GARANTIZAR LA SOSTENIBILIDAD DEL SECTOR CULTURAL Y SUS INTERESES ECONÓMICOS, QUE SE ACABAN TRADUCIENDO NO SÓLO EN LA CREACIÓN DE PUESTOS DE TRABAJO EN ÉSTE SINO EN UNA APORTACIÓN A LA HACIENDA PÚBLICA QUE CONTRIBUYE AL BIENESTAR GENERAL.

Ejecución: Anual **Periodo de ejecución:** Del 2 de octubre al 29 de diciembre de 2023

Coste: 164.500

Aplicación presupuestaria: Subconcepto 226.02

Saporte: Internet, exterior y marketing viral

Difusión: Nacional **Idioma:** Castellano, catalán, gallego y euskera

Población objetivo de la campaña: Usuarios de internet

Medidas accesibilidad: Subtitulación

PROGRAMAS EUROPEOS "EUROPA CREATIVA" Y "CIUDADANOS, IGUALDAD, DERECHOS Y VALORES"

Objetivo y sentido: "EUROPA CREATIVA" Y "CIUDADANOS, IGUALDAD, DERECHOS Y VALORES" SON DOS PROGRAMAS SECTORIALES DE FINANCIACIÓN DE LA COMISIÓN EUROPEA, CUYAS OFICINAS INFORMATIVAS SE ENCUENTRAN EN LA SUBDIRECCIÓN GENERAL DE COOPERACIÓN CULTURAL CON LAS CC.AA. SU MISIÓN ES LA DIFUSIÓN DE ESTOS PROGRAMAS EUROPEOS Y EL ASESORAMIENTO A POTENCIALES BENEFICIARIOS ESPAÑOLES DE ESTAS AYUDAS. LAS ACCIONES DE PUBLICIDAD IRÁN DESTINADAS A COMUNICAR Y DIFUNDIR LAS CARACTERÍSTICAS DE LOS NUEVOS PROGRAMAS PARA 2021-2027, RECURRIENDO PARA ELLO, FUNDAMENTALMENTE, A PUBLICIDAD DIGITAL EN LOS PROPIOS PERFILES DE REDES SOCIALES DE LAS OFICINAS DE INFORMACIÓN DE AMBOS PROGRAMAS EUROPEOS ALOJADAS EN EL MINISTERIO DE CULTURA Y DEPORTE Y A INSERCIÓN EN MEDIOS ONLINE DE LOS SECTORES A LOS QUE VAN DIRIGIDOS DICHAS AYUDAS.

Ejecución: Anual **Periodo de ejecución:** A determinar

Coste: 21.105,1

Aplicación presupuestaria: Subconcepto 227.06

Saporte: Internet

Difusión: Nacional **Idioma:** Castellano

Población objetivo de la campaña: Operadores culturales y creativos españoles

MINISTERIO DE CULTURA Y DEPORTE

DIRECCIÓN GENERAL DE INDUSTRIAS CULTURALES, PROPIEDAD INTELECTUAL Y COOPERACIÓN

DIFUSIÓN DE LAS ACTIVIDADES DEL PROGRAMA CULTURA Y CIUDADANÍA

Objetivo y sentido: EL PROGRAMA CULTURA Y CIUDADANÍA TIENE COMO OBJETIVOS PROMOVER LA REFLEXIÓN, EL DIÁLOGO, EL INTERCAMBIO, LA COLABORACIÓN Y EL TRABAJO EN RED ENTRE EL MINISTERIO DE CULTURA Y DEPORTE Y LAS ADMINISTRACIONES TERRITORIALES (COMUNIDADES AUTÓNOMAS, DIPUTACIONES, CABILDOS Y CONSEJOS INSULARES, AYUNTAMIENTOS) Y LOS AGENTES CULTURALES, PÚBLICOS Y PRIVADOS, QUE DESARROLLAN POLÍTICAS Y PROGRAMAS QUE PROMUEVEN LA PARTICIPACIÓN SOCIAL ACTIVA EN LA VIDA CULTURAL EN TODO EL TERRITORIO DEL ESTADO, INCLUYENDO ADEMÁS CON CARÁCTER ESPECIAL EL MEDIO RURAL.

Ejecución: Anual **Periodo de ejecución:** Del 1 de mayo al 30 de noviembre de 2023

Coste: 8.630

Aplicación presupuestaria: Subconcepto 227.06

SopORTE: Internet

Difusión: Nacional **Idioma:** Castellano

Población objetivo de la campaña: General y sectores culturales y creativos

CONVOCATORIA DEL PREMIO NACIONAL DE TELEVISIÓN 2023

Objetivo y sentido: ANUNCIO DE LA CONVOCATORIA DEL PREMIO NACIONAL DE TELEVISIÓN 2023, SEGÚN PRESCRIBE LA AGENCIA TRIBUTARIA (AEAT) PARA DISPONER DE LA EXENCIÓN DEL IRPF A FAVOR DEL PREMIADO.

Ejecución: Anual **Periodo de ejecución:** Del 2 de enero al 31 de marzo de 2023

Coste: 3.000

Aplicación presupuestaria: Subconcepto 226.02

SopORTE: Prensa

Difusión: Nacional **Idioma:** Castellano

Población objetivo de la campaña: General

CONVOCATORIA DEL PREMIO NACIONAL DE DISEÑO DE MODA 2023

Objetivo y sentido: ANUNCIO DE LA CONVOCATORIA DEL PREMIO NACIONAL DE DISEÑO DE MODA 2023, SEGÚN PRESCRIBE LA AGENCIA TRIBUTARIA (AEAT) PARA DISPONER DE LA EXENCIÓN DEL IRPF A FAVOR DEL PREMIADO.

Ejecución: Anual **Periodo de ejecución:** Del 1 de enero al 31 de marzo de 2023

Coste: 3.000

Aplicación presupuestaria: Subconcepto 226.02

SopORTE: Prensa

Difusión: Nacional **Idioma:** Castellano

Población objetivo de la campaña: General

MINISTERIO DE CULTURA Y DEPORTE

DIRECCIÓN GENERAL DE INDUSTRIAS CULTURALES, PROPIEDAD INTELECTUAL Y COOPERACIÓN

CONVOCATORIA DEL PREMIO NACIONAL DE FOMENTO DE LA CREATIVIDAD DEL JUGUETE 2023

Objetivo y sentido: ANUNCIO DE LA CONVOCATORIA DEL PREMIO NACIONAL DE FOMENTO DE LA CREATIVIDAD DEL JUGUETE, SEGÚN PRESCRIBE LA AGENCIA TRIBUTARIA (AEAT) PARA DISPONER DE LA EXENCIÓN DEL IRPF A FAVOR DEL PREMIADO.

Ejecución: Anual **Periodo de ejecución:** Del 2 de enero al 31 de marzo de 2023

Coste: 3.000

Aplicación presupuestaria: Subconcepto 226.02

Soporte: Prensa

Difusión: Nacional **Idioma:** Castellano

Población objetivo de la campaña: General

DIRECCIÓN GENERAL DEL LIBRO Y FOMENTO DE LA LECTURA

PLAN DE FOMENTO DE LA LECTURA 2021-2024 (#PACTO POR LA LECTURA)

Objetivo y sentido: DAR A CONOCER EL PLAN DE FOMENTO DE LA LECTURA 2021-2024 E INCREMENTAR LOS ÍNDICES DE LECTURA EN ESPAÑA.

Ejecución: Plurianual **Periodo de ejecución:** Del 15 de junio de 2022 al 31 de diciembre de 2023

Coste: 150.000 **Coste Plurianual:** 150.000

Aplicación presupuestaria: Subconcepto 226.06

Soporte: A determinar

Difusión: Nacional **Idioma:** Castellano, catalán, gallego, euskera y aranés **Evaluación:** Postest

Población objetivo de la campaña: General

Medidas accesibilidad: Subtitulación

eBIBLIO

Objetivo y sentido: FOMENTAR UN MEJOR CONOCIMIENTO DEL SERVICIO eBIBLIO (PRÉSTAMO DE LIBROS DIGITALES DE BIBLIOTECAS PÚBLICAS).

Ejecución: Anual **Periodo de ejecución:** Del 1 de abril al 30 de noviembre de 2023

Coste: 15.000

Aplicación presupuestaria: Concepto 640

Soporte: Radio

Difusión: Nacional **Idioma:** Castellano, catalán y gallego **Evaluación:** Postest

Población objetivo de la campaña: General

MINISTERIO DE CULTURA Y DEPORTE

DIRECCIÓN GENERAL DEL LIBRO Y FOMENTO DE LA LECTURA

PREGUNTE: LAS BIBLIOTECAS RESPONDEN

Objetivo y sentido: PROMOVER UN MEJOR CONOCIMIENTO DEL SERVICIO "PREGUNTE" Y FOMENTAR SU USO.

Ejecución: Anual **Periodo de ejecución:** A determinar

Coste: 15.000

Aplicación presupuestaria: Concepto 640

SopORTE: Radio e Internet

Difusión: Nacional **Idioma:** Castellano, catalán, gallego y euskera

Población objetivo de la campaña: General

MINISTERIO DE CULTURA Y DEPORTE



CONSEJO SUPERIOR DE DEPORTES

IGUALES EN EL DEPORTE, SOBRE LA NECESARIA VISIBILIDAD DE LA MUJER, DEL COLECTIVO LGTBI Y DEL COLECTIVO DE PERSONAS CON DISCAPACIDAD EN EL DEPORTE

Objetivo y sentido: : DIRIGIDA A LA PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN DE LA IGUALDAD DE LA MUJER, DEL COLECTIVO LGTBI Y DEL COLECTIVO DE PERSONAS CON DISCAPACIDAD EN EL DEPORTE, PARA CONCIENCIAR A LA SOCIEDAD Y A LAS INDUSTRIAS DEL DEPORTE SOBRE LA NECESARIA IGUALDAD EN EL DEPORTE. SUGERIR, INVITAR, INCENTIVAR AL CONSUMO DE DEPORTE FEMENINO Y DEL DEPORTE PARALÍMPICO Y PROMOVER LA INTEGRACIÓN DE ESTOS COLECTIVOS EN TODOS LOS ÁMBITOS DEL DEPORTE, DESDE LA BASE HASTA LAS ESTRUCTURAS DE MANDO DE LAS ORGANIZACIONES DEPORTIVAS.

Ejecución: Anual **Periodo de ejecución:** Del 1 de junio al 31 de octubre de 2023

Coste: 3.204.960,69

Aplicación presupuestaria: Subconcepto 290

SopORTE: Televisión, radio, prensa, Internet, exterior y cine

Difusión: Nacional **Idioma:** Castellano

Población objetivo de la campaña: General e industria deportiva

Medidas accesibilidad: Subtitulación

Observaciones: MRR (Mecanismo de Recuperación y Resiliencia)

ACTIVIDAD FÍSICA Y DEPORTE BENEFICIOSOS PARA LA SALUD

Objetivo y sentido: CONCIENCIAR A LA SOCIEDAD ACERCA DE LOS EFECTOS BENEFICIOSOS PARA LA SALUD MENTAL Y FÍSICA DE LA PRÁCTICA DE EJERCICIO FÍSICO Y DEPORTE.

Ejecución: Anual **Periodo de ejecución:** Del 1 de junio al 31 de octubre de 2023

Coste: 1.981.500

Aplicación presupuestaria: Concepto 290

SopORTE: Televisión, radio, prensa, revistas, Internet, exterior y cine

Difusión: Nacional **Idioma:** Castellano

Población objetivo de la campaña: General

Medidas accesibilidad: Subtitulación

Observaciones: MRR (Mecanismo de Recuperación y Resiliencia)

MINISTERIO DE CULTURA Y DEPORTE



INSTITUTO DE LA CINEMATOGRAFÍA Y DE LAS ARTES AUDIOVISUALES (ICAA)

PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN DE LA CINEMATOGRAFÍA ESPAÑOLA 2023

Objetivo y sentido: ACCIONES ORIENTADAS A DIFUNDIR Y PROMOCIONAR LA CINEMATOGRAFÍA ESPAÑOLA EN EL ÁMBITO ESTATAL, SUS NOVEDADES Y LAS DEL SECTOR. FOMENTAR EL CONSUMO DE CINE ESPAÑOL ENTRE LA CIUDADANÍA Y LA PUESTA EN VALOR DEL MISMO, A LA VEZ QUE CONTRIBUIR A SU DIFUSIÓN Y ACCESIBILIDAD.

Ejecución: Anual **Periodo de ejecución:** Del 1 de enero al 31 de diciembre de 2023

Coste: 18.000

Aplicación presupuestaria: Subconcepto 226.02

Soporte: Revistas, Internet, cine y otras herramientas: web y redes de ICAA y organismos colaboradores públicos y privados, blogs y podcasts, medios digitales e impresos especializados en cine y/o audiovisual

Difusión: Nacional **Idioma:** Castellano

Población objetivo de la campaña: General y profesionales del sector cine

Medidas accesibilidad: Subtitulación y rotulación

06 OCT - DÍA DEL CINE ESPAÑOL 2023

Objetivo y sentido: ACCIONES ORIENTADAS A DAR VISIBILIDAD A LA EFEMÉRIDE DE RECIENTE CREACIÓN QUE EN 2023 LLEGA A SU TERCERA EDICIÓN TRAS SER DECRETADO EL 6 DE OCTUBRE COMO "DÍA DEL CINE ESPAÑOL" POR EL CONSEJO DE MINISTROS EN 2021. DIFUNDIR LAS ACTIVIDADES REALIZADAS EN TORNO A LA CELEBRACIÓN DE ESE DÍA DE MANERA COLABORATIVA CON EL SECTOR PRIVADO, PERO TAMBIÉN DE LA MANO DE LAS INSTITUCIONES Y ORGANISMOS PÚBLICOS DE PROMOCIÓN DE LA CULTURA.

Ejecución: Anual **Periodo de ejecución:** Del 1 de julio al 30 de noviembre de 2023

Coste: 18.000

Aplicación presupuestaria: Subconcepto 226.02

Soporte: Revistas, Internet, cine y otras herramientas: web y redes de ICAA y organismos colaboradores públicos y privados, blogs y podcasts, medios digitales e impresos especializados en cine y/o audiovisual

Difusión: Nacional **Idioma:** Castellano, catalán, gallego y euskera

Población objetivo de la campaña: General, estudiantes, infantil/juvenil, tercera edad y profesionales del sector cine

Medidas accesibilidad: Subtitulación y rotulación

PROGRAMACIÓN DE FILMOTECA ESPAÑOLA Y DE EFEMÉRIDES E HITOS DEL CINE ESPAÑOL EN 2023

Objetivo y sentido: ACCIONES ORIENTADAS A LA DIFUSIÓN DE LAS OBRAS RECUPERADAS/RESTAURADAS (PATRIMONIO AUDIOVISUAL) POR PARTE DE FILMOTECA ESPAÑOLA, SUS PROGRAMAS ESPECIALES PRESENTADOS A LO LARGO DEL AÑO, ASÍ COMO HITOS Y EFEMÉRIDES QUE SE CELEBRAN EN 2023: CENTENARIOS DE CINEASTAS DESTACADOS /AS, EL ANUNCIO DEL PREMIO NACIONAL DE PATRIMONIO AUDIOVISUAL (DE RECIENTE CREACIÓN), ENTRE OTROS.

Ejecución: Anual **Periodo de ejecución:** Del 1 de enero al 31 de diciembre de 2023

Coste: 12.500

Aplicación presupuestaria: Subconcepto 226.02

Soporte: Revistas, Internet, cine y otras herramientas: web y redes de ICAA y organismos colaboradores públicos y privados, blogs y podcasts, medios digitales e impresos especializados en cine y/o audiovisual

Difusión: Nacional **Idioma:** Castellano

Población objetivo de la campaña: General, estudiantes, infantil/juvenil y tercera edad

Medidas accesibilidad: Subtitulación y rotulación

MINISTERIO DE CULTURA Y DEPORTE



INSTITUTO DE LA CINEMATOGRAFÍA Y DE LAS ARTES AUDIOVISUALES (ICAA)

PREMIO NACIONAL DE CINEMATOGRAFÍA 2023

Objetivo y sentido: DIFUSIÓN DEL PREMIO NACIONAL DE CINEMATOGRAFÍA 2023, GALARDÓN OTORGADO POR EL MINISTERIO DE CULTURA Y DEPORTE A TRAVÉS DEL ICAA. DIFUSIÓN DE LA CONVOCATORIA, DEL FALLO DEL MISMO Y DEL ACTO DE ENTREGA DEL PREMIO.

Ejecución: Anual **Periodo de ejecución:** Del 1 de abril al 31 de octubre de 2023

Coste: 10.000

Aplicación presupuestaria: Subconcepto 226.02

SopORTE: Revistas, Internet, cine y otras herramientas: web y redes de ICAA y organismos colaboradores públicos y privados, blogs y podcasts, medios digitales e impresos especializados en cine y/o audiovisual

Difusión: Nacional **Idioma:** Castellano

Población objetivo de la campaña: General y profesionales del sector cine

Medidas accesibilidad: Subtitulación y rotulación

MINISTERIO DE ASUNTOS ECONÓMICOS Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL

SUBSECRETARÍA

DIFUSIÓN Y VISIBILIZACIÓN DE LA AGENDA ESPAÑA DIGITAL 2026

Objetivo y sentido: DIFUNDIR ENTRE LA CIUDADANÍA GENERAL, ENTRE GRANDES, PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS Y ENTRE AUTÓNOMOS EL CONTENIDO Y OPORTUNIDADES DE LA AGENDA ESPAÑA DIGITAL 2026, ASÍ COMO VISIBILIZAR EL GRADO DE AVANCE EN SU CUMPLIMIENTO.

Ejecución: Plurianual **Periodo de ejecución:** A determinar

Coste: 7.387.000 **Coste Plurianual:** 7.387.000

Aplicación presupuestaria: Subconcepto 226.02

SopORTE: Televisión, radio, prensa, revistas, Internet y exterior

Difusión: Nacional **Idioma:** Castellano, catalán, gallego y euskera **Evaluación:** Postest

Población objetivo de la campaña: General

Medidas accesibilidad: Subtitulación

VISIBILIZACIÓN DEL PLAN DE RECUPERACIÓN

Objetivo y sentido: DIFUNDIR ENTRE LA CIUDADANÍA EN GENERAL Y LAS EMPRESAS Y AUTÓNOMOS EN PARTICULAR EL GRADO DE EJECUCIÓN DEL PLAN DE RECUPERACIÓN, TRANSFORMACIÓN Y RESILIENCIA, VISIBILIZANDO CASOS REALES DE PROYECTOS VINCULADOS AL MISMO, CON EL FIN ÚLTIMO DE POTENCIAR EL CONOCIMIENTO SOBRE LAS OPORTUNIDADES QUE OFRECEN LOS FONDOS EUROPEOS VINCULADOS AL PLAN DE RECUPERACIÓN, TRANSFORMACIÓN Y RESILIENCIA.

Ejecución: Anual **Periodo de ejecución:** Del 1 de febrero al 1 de julio de 2023

Coste: 2.020.000

Aplicación presupuestaria: Subconcepto 226.02


SopORTE: Televisión, radio, prensa, revistas, Internet y exterior

Difusión: Nacional **Idioma:** Castellano, catalán, gallego y euskera **Evaluación:** Postest

Población objetivo de la campaña: General

Medidas accesibilidad: Subtitulación

MINISTERIO DE ASUNTOS ECONÓMICOS Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL	
SECRETARÍA DE ESTADO DE TELECOMUNICACIONES E INFRAESTRUCTURAS DIGITALES	
UNIVERSALIZACIÓN DE LAS INFRAESTRUCTURAS DIGITALES PARA LA COHESIÓN 2022-2023 (UNICO)	
Objetivo y sentido: DAR A CONOCER LOS PROGRAMAS IMPULSADOS POR EL GOBIERNO EN EL MARCO DEL PLAN DE RECUPERACIÓN Y LA ESPAÑA DIGITAL PARA CONECTAR TERRITORIOS. CONCRETAMENTE ESTE PROGRAMA OFRECE UNA TRANSFORMACIÓN EN LA SOCIEDAD DIGITAL, PRESTANDO ATENCIÓN A LAS ZONAS RURALES DE ESCASA O NULA CONECTIVIDAD DE ALTAS CAPACIDADES Y MUNICIPIOS ALEDAÑOS.	
Ejecución: Plurianual	Periodo de ejecución: Del 7 de noviembre de 2022 al 31 de diciembre de 2023
Coste: 230.000	Coste Plurianual: 250.000
Aplicación presupuestaria: Subconcepto 226.02	
SopORTE: Prensa, Internet y exterior	
Difusión: Regional	Idioma: Castellano, catalán, gallego y euskera
Población objetivo de la campaña: General y zonas rurales	
Observaciones: Campaña sobrevenida en 2022 al amparo del artículo 13 de la Ley 29/2005, de 29 de diciembre	

	INSTITUTO NACIONAL DE CIBERSEGURIDAD DE ESPAÑA, S.A. (INCIBE)	
DIFUSIÓN DE SERVICIOS PÚBLICOS Y CONCIENCIACIÓN EN CIBERSEGURIDAD PARA CIUDADANOS Y EMPRESAS 2023		
Objetivo y sentido: IMPULSAR EL IMPACTO DE DETERMINADAS ACTUACIONES Y SERVICIOS PÚBLICOS EN MATERIA DE CIBERSEGURIDAD, PARA LLEGAR A UNA MAYOR PROPORCIÓN DE PÚBLICO CIUDADANO Y EMPRESARIAL. CON ESPECIAL ATENCIÓN SE DESTINARÁ AL COLECTIVO DE FAMILIAS Y MENORES DE EDAD.		
Ejecución: Anual	Periodo de ejecución: Del 1 de enero al 31 de diciembre de 2023	
Coste: 8.125.000		
Aplicación presupuestaria: Sociedad mercantil estatal. Su presupuesto no se ajusta a la clasificación económica de los PGE		
SopORTE: Televisión, radio, prensa, revistas, Internet y exterior		
Difusión: Nacional	Idioma: Castellano, catalán, gallego y euskera	Evaluación: Postest
Población objetivo de la campaña: General, empresarios, trabajadores, estudiantes, infantil/juvenil y tercera edad		
Medidas accesibilidad: Subtitulación		
Observaciones: Cofinanciada por el Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia (PRTR).		

MINISTERIO DE ASUNTOS ECONÓMICOS Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL

red.es

RED.ES

KIT DIGITAL

Objetivo y sentido: PONER EN CONOCIMIENTO DE LAS PYMES Y AUTÓNOMOS EL PROGRAMA KIT DIGITAL, CON EL FIN DE FOMENTAR LA SOLICITUD DE ESTAS AYUDAS PARA LA ADQUISICIÓN E IMPLANTACIÓN DE SOLUCIONES DE DIGITALIZACIÓN.

Ejecución: Plurianual **Periodo de ejecución:** Del 1 de enero de 2022 al 31 de diciembre de 2023

Coste: 2.806.550 **Coste Plurianual:** 3.139.018

Aplicación presupuestaria: Entidad pública empresarial. Su presupuesto no se ajusta a la clasificación económica de los PGE

Sopte: Televisión, radio, prensa, Internet, exterior, relaciones públicas y otras herramientas (SEO, acciones especiales en TV y radio.)

Difusión: Nacional **Idioma:** Castellano, catalán, gallego y euskera **Evaluación:** Postest

Población objetivo de la campaña: General

Medidas accesibilidad: Subtitulación

Observaciones: Financiada con el PRTR

GENERACIÓN D

Objetivo y sentido: DAR LA MÁXIMA DIFUSIÓN AL PACTO GENERACIÓN D, UN COMPROMISO PÚBLICO Y PRIVADO A GRAN ESCALA QUE PERSIGUE IMPULSAR LAS COMPETENCIAS DIGITALES EN ESPAÑA BASÁNDOSE EN LA ADHESIÓN DE ADMINISTRACIONES PÚBLICAS, FUNDACIONES, TERCER SECTOR, AGENTES SOCIALES, MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y EMPRESAS, QUE PERSIGUE LA MEJORA DE LAS COMPETENCIAS DIGITALES DE LA POBLACIÓN ESPAÑOLA.

Ejecución: Anual **Periodo de ejecución:** Del 1 de febrero al 31 de diciembre de 2023

Coste: 560.000

Aplicación presupuestaria: Entidad pública empresarial. Su presupuesto no se ajusta a la clasificación económica de los PGE

Sopte: A determinar

Difusión: Nacional **Idioma:** Castellano, catalán, gallego y euskera

Población objetivo de la campaña: General

Medidas accesibilidad: Subtitulación

Observaciones: La compra de espacios se realiza a través del INCIBE en su campaña denominada "Difusión de servicios públicos y concienciación en ciberseguridad para ciudadanos y empresas 2023". Financiada con el PRTR

CIUDADES INTELIGENTES

Objetivo y sentido: DAR A CONOCER LOS PROYECTOS DE LAS DIFERENTES CONVOCATORIAS DE CIUDADES INTELIGENTES PUESTAS EN MARCHA POR RED.es PARA PROMOVER MODELOS DE CIUDAD Y TERRITORIO INTELIGENTE.

Ejecución: Plurianual **Periodo de ejecución:** Del 1 de enero de 2022 al 31 de diciembre de 2023

Coste: 513.100 **Coste Plurianual:** 513.100

Aplicación presupuestaria: Entidad pública empresarial. Su presupuesto no se ajusta a la clasificación económica de los PGE

Sopte: Televisión, radio, prensa, revistas, Internet, exterior, relaciones públicas y otras herramientas (Social media y SEO)

Difusión: Local **Idioma:** Castellano, catalán, gallego y euskera **Evaluación:** Postest

Población objetivo de la campaña: General

Medidas accesibilidad: Subtitulación

Observaciones: Se contemplan 2 evaluaciones postest, una por cada subcampaña inicialmente prevista. FEDER

MINISTERIO DE SANIDAD

DIRECCIÓN GENERAL DE SALUD PÚBLICA

PROMOCIÓN Y PREVENCIÓN EN EL ÁMBITO DE LA SALUD PÚBLICA

Objetivo y sentido: INFORMAR A LA POBLACIÓN SOBRE DIVERSOS ASPECTOS DE LA PREVENCIÓN Y PROMOCIÓN DE LA SALUD: PROMOVER LA ALIMENTACIÓN Y LOS HÁBITOS SALUDABLES, LA ACTIVIDAD FÍSICA, EL ENVEJECIMIENTO ACTIVO ETC.

Ejecución: Anual **Periodo de ejecución:** A determinar

Coste: 1.540.000

Aplicación presupuestaria: Subconcepto 226.02

SopORTE: Televisión, radio, prensa, Internet y exterior

Difusión: Nacional **Idioma:** Castellano, catalán, gallego, euskera y valenciano **Evaluación:** Postest

Población objetivo de la campaña: General

Medidas accesibilidad: Subtitulación y lenguaje de signos

PREVENCIÓN DEL TABAQUISMO Y PROTECCIÓN DE LA SALUD

Objetivo y sentido: CAMPAÑA DIRIGIDA A JÓVENES Y ADOLESCENTES, CON EL FIN DE SENSIBILIZAR Y CONCIENCIAR EN LA LUCHA CONTRA EL TABAQUISMO, INFORMANDO SOBRE LOS DAÑOS Y EFECTOS PERJUDICIALES QUE EL TABACO Y OTROS PRODUCTOS RELACIONADOS, CAUSAN EN LA SALUD.

Ejecución: Anual **Periodo de ejecución:** A determinar

Coste: 1.000.000

Aplicación presupuestaria: Concepto 290

SopORTE: Televisión, radio, Internet y exterior

Difusión: Nacional **Idioma:** Castellano, catalán, gallego, euskera y valenciano **Evaluación:** Postest

Población objetivo de la campaña: General e infantil y juvenil

Medidas accesibilidad: Subtitulación y lenguaje de signos

Observaciones: PRTR. NEXT GENERATION

PREVENCIÓN Y PROMOCIÓN DE LA SALUD MENTAL

Objetivo y sentido: SENSIBILIZAR, CONCIENCIAR Y MEJORAR LA INFORMACIÓN SOBRE LOS PROBLEMAS DE SALUD MENTAL, CON ESPECIAL ATENCIÓN A LA PREVENCIÓN DEL SUICIDIO Y A LA LÍNEA DE ATENCIÓN A LA CONDUCTA SUICIDA 024.

Ejecución: Anual **Periodo de ejecución:** A determinar

Coste: 540.000

Aplicación presupuestaria: Concepto 290

SopORTE: Televisión, prensa, Internet y exterior

Difusión: Nacional **Idioma:** Castellano, catalán, gallego, euskera y valenciano **Evaluación:** Postest

Población objetivo de la campaña: General

Medidas accesibilidad: Subtitulación y lenguaje de signos

Observaciones: PRTR. NEXT GENERATION

MINISTERIO DE SANIDAD	
DIRECCIÓN GENERAL DE SALUD PÚBLICA	
PREVENCIÓN DEL VIH Y OTRAS ITS	
Objetivo y sentido: REDUCIR EL IMPACTO DEL VIH Y OTRAS INFECCIONES DE TRANSMISIÓN SEXUAL (ITS) EN LA POBLACIÓN, PROMOVRIENDO LA ADOPCIÓN DE MEDIDAS DE PREVENCIÓN. PROMOVER ENTRE LA POBLACIÓN GENERAL ACTITUDES DE RESPETO HACIA LAS PERSONAS CON INFECCIÓN POR EL VIH, SENSIBILIZANDO E INFORMANDO SOBRE EL DERECHO A LA IGUALDAD DE OPORTUNIDADES QUE EVITA SITUACIONES DE DISCRIMINACIÓN.	
Ejecución: Anual	Periodo de ejecución: A determinar
Coste: 300.000	
Aplicación presupuestaria: Subconcepto 226.02	
SopORTE: Revistas, Internet y exterior	
Difusión: Nacional	Idioma: Castellano, catalán, gallego, euskera y valenciano
Población objetivo de la campaña: General	
Medidas accesibilidad: Subtitulación y lenguaje de signos	

INFORMACIÓN Y PROMOCIÓN DE LA VACUNACIÓN ESTACIONAL	
Objetivo y sentido: PROMOCIONAR LOS BENEFICIOS DE LA VACUNACIÓN FRENTE A LA GRIPE ESTACIONAL, COVID-19 Y OTROS VIRUS RESPIRATORIOS ENTRE LOS GRUPOS DE POBLACIÓN DIANA. ASIMISMO, PROMOCIONAR LA VACUNACIÓN ENTRE LOS TRABAJADORES SANITARIOS.	
Ejecución: Anual	Periodo de ejecución: Del 15 de septiembre al 30 de noviembre de 2023
Coste: 120.000	
Aplicación presupuestaria: Subconcepto 226.02	
SopORTE: Internet	
Difusión: Nacional	Idioma: Castellano, catalán, gallego, euskera y valenciano
Población objetivo de la campaña: General	
Medidas accesibilidad: Subtitulación y lenguaje de signos	

PROMOCIÓN DE LA DONACIÓN DE PLASMA	
Objetivo y sentido: AUMENTAR LA DONACIÓN DE PLASMA MEDIANTE EL PROCEDIMIENTO DE AFÉRESIS (PLASMAFÉRESIS), CON EL OBJETIVO DE QUE ESPAÑA SEA AUTOSUFICIENTE EN MEDICAMENTOS DERIVADOS DEL PLASMA (HEMODERIVADOS).	
Ejecución: Anual	Periodo de ejecución: A determinar
Coste: 120.000	
Aplicación presupuestaria: Subconcepto 226.02	
SopORTE: Internet	
Difusión: Nacional	Idioma: Castellano, catalán, gallego, euskera y valenciano
Población objetivo de la campaña: General	
Medidas accesibilidad: Subtitulación y lenguaje de signos	

MINISTERIO DE SANIDAD	
DIRECCIÓN GENERAL DE SALUD PÚBLICA	
PROMOCIÓN DE LA CIENCIA CIUDADANA EN LA PREVENCIÓN Y CONTROL DE ENFERMEDADES	
Objetivo y sentido: PROMOCIONAR EL USO DE HERRAMIENTAS DE CIENCIA CIUDADANA APLICADAS AL CONTROL DE ENFERMEDADES.	
Ejecución: Anual	Periodo de ejecución: A determinar
Coste: 36.000	
Aplicación presupuestaria: Concepto 694	
Soporte: Internet	
Difusión: Nacional	Idioma: Castellano, catalán, gallego, euskera y valenciano
Población objetivo de la campaña: General	
Medidas accesibilidad: Subtitulación	
Observaciones: PRTR. NEXT GENERATION	

DIRECCIÓN GENERAL DE CARTERA COMÚN DE SERVICIOS DEL SNS Y FARMACIA	
INFORMACIÓN SOBRE LA RED ESPAÑOLA DE AGENCIAS DE EVALUACIÓN DE TECNOLOGÍAS SANITARIAS Y PRESTACIONES DEL SNS (RedETS)	
Objetivo y sentido: INFORMAR Y SENSIBILIZAR SOBRE LA IMPORTANCIA DE LA EVALUACIÓN DE LAS TECNOLOGÍAS SANITARIAS. VISIBILIZAR LA MISIÓN, VISIÓN Y VALORES DE LA RedETS. INCREMENTAR EL IMPACTO Y EL CONOCIMIENTO PARA MEJORAR LA IMPLANTACIÓN DE LOS PRODUCTOS DE RedETS.	
Ejecución: Anual	Periodo de ejecución: A determinar
Coste: 160.000	
Aplicación presupuestaria: Concepto 290	
Soporte: Internet	
Difusión: Nacional	Idioma: Castellano, catalán, gallego, euskera y valenciano Evaluación: Postest
Población objetivo de la campaña: General	
Medidas accesibilidad: Subtitulación	
Observaciones: PRTR. NEXT GENERATION	

DELEGACIÓN DEL GOBIERNO PARA EL PLAN NACIONAL SOBRE DROGAS	
SENSIBILIZACIÓN SOBRE EL JUEGO DE APUESTAS	
Objetivo y sentido: SENSIBILIZAR A LA POBLACIÓN GENERAL, HACIENDO VISIBLES ASPECTOS PROBLEMÁTICOS DEL JUEGO DE APUESTAS.	
Ejecución: Anual	Periodo de ejecución: A determinar
Coste: 690.000	
Aplicación presupuestaria: Subconcepto 226.02	
Soporte: A determinar	
Difusión: Nacional	Idioma: Castellano, catalán, gallego, euskera y valenciano
Población objetivo de la campaña: General	

MINISTERIO DE SANIDAD	
	AGENCIA ESPAÑOLA DE MEDICAMENTOS Y PRODUCTOS SANITARIOS
CONCIENCIACIÓN PARA EL USO PRUDENTE DE LOS ANTIBIÓTICOS	
Objetivo y sentido: A TRAVÉS DE DIVERSAS ACCIONES SE PRETENDE TRANSMITIR EL MENSAJE DE QUE LOS ANTIBIÓTICOS SÓLO SE DEBEN UTILIZAR PARA TRATAR INFECCIONES BACTERIANAS, NUNCA PARA TRATAR INFECCIONES VÍRICAS COMO LA GRIPE O EL CATARRO, Y SIEMPRE DE ACUERDO CON LO INDICADO POR UN MÉDICO.	
Ejecución: Anual	Periodo de ejecución: A determinar
Coste: 644.700	
Aplicación presupuestaria: Subconcepto 226.02	
Soporte: A determinar	
Difusión: Nacional	Idioma: Castellano, catalán, gallego, euskera y valenciano
Evaluación: Postest	
Población objetivo de la campaña: General	
Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lenguaje de signos	

MINISTERIO DE DERECHOS SOCIALES Y AGENDA 2030	
SECRETARÍA DE ESTADO DE DERECHOS SOCIALES	
CAMBIO DE MODELO DE CUIDADOS DE LARGA DURACIÓN: DESINSTITUCIONALIZACIÓN	
Objetivo y sentido: CONCIENCIAR SOBRE EL DERECHO DE LAS PERSONAS MAYORES Y CON DISCAPACIDAD A PODER ELEGIR CÓMO, DÓNDE Y CON QUIÉN VIVIR. EL DERECHO A LA VIDA INDEPENDIENTE Y ELEGIDA FRENTE A LOS MODELOS TRADICIONALES DE INSTITUCIONALIZACIÓN DE LAS PERSONAS. ES UNA CAMPAÑA VINCULADA CON EL DESARROLLO DE LA ESTRATEGIA NACIONAL DE DESINSTITUCIONALIZACIÓN E INCLUIDA COMO ACTIVIDAD A REALIZAR EN EL COMPONENTE 22 DEL PLAN DE RECUPERACIÓN, TRANSFORMACIÓN Y RESILIENCIA. VA DIRIGIDA A LA POBLACIÓN GENERAL PARA CONCIENCIAR SOBRE LAS ALTERNATIVAS PARA QUE LAS PERSONAS PUEDAN PERMANECER EN SUS DOMICILIOS O ACCEDER A SERVICIOS QUE LES AYUDEN A VIVIR “COMO EN CASA”.	
Ejecución: Anual	Periodo de ejecución: Del 1 de enero al 31 de diciembre de 2023
Coste: 250.000	
Aplicación presupuestaria: Concepto 290	
Soporte: A determinar	
Difusión: Nacional	Idioma: Castellano, catalán, gallego y euskera
Población objetivo de la campaña: General, infantil/juvenil, tercera edad, trabajadores y personas con discapacidad y dependencia	
Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción, lenguaje de signos y accesibilidad cognitiva	
Observaciones: Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia (PRTR). Financiada con Fondos NEXT GENERATION	

MINISTERIO DE DERECHOS SOCIALES Y AGENDA 2030

DIRECCIÓN GENERAL DE DERECHOS DE LA INFANCIA Y LA ADOLESCENCIA

SENSIBILIZACIÓN CONTRA LA VIOLENCIA HACIA LA INFANCIA Y LA ADOLESCENCIA

Objetivo y sentido: CAMPAÑA DE SENSIBILIZACIÓN SOBRE LA VIOLENCIA CONTRA LOS NIÑOS, NIÑAS Y ADOLESCENTES. GENERALMENTE, ES UNA VIOLENCIA MUY INVISIBILIZADA, YA QUE SE PRODUCE EN ESPACIOS QUE DEBERÍAN SER DE SEGURIDAD PARA LOS MENORES COMO LA CASA, LA ESCUELA O LOS ESPACIOS DE OCIO COMO PUEDE SER EL MUNDO DIGITAL (VIDEOJUEGOS, REDES SOCIALES, APLICACIONES DE MENSAJERÍA, ETC.), QUE FRECUENTAN LOS ADOLESCENTES Y QUE HAN TRAÍDO NUEVAS FORMAS DE VIOLENCIA QUE DEBEN SER RECONOCIDAS POR LOS MENORES. SE PRETENDE FAVORECER QUE TANTO MENORES COMO ADULTOS SEPAN IDENTIFICAR LA VIOLENCIA INFANTIL Y DENUNCIARLA.

Ejecución: Plurianual **Periodo de ejecución:** Del 1 de enero de 2023 al 31 de diciembre de 2024

Coste: 1.300.000 **Coste Plurianual:** 1.300.000

Aplicación presupuestaria: Subconcepto 226.02

SopORTE: Televisión, radio, prensa, Internet y exterior

Difusión: Nacional **Idioma:** Castellano, catalán, gallego y euskera **Evaluación:** Postest

Población objetivo de la campaña: General e infantil/juvenil

Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lenguaje de signos

DIRECCIÓN GENERAL DE DIVERSIDAD FAMILIAR Y SERVICIOS SOCIALES

UN PAÍS QUE NOS CUIDA

Objetivo y sentido: PROMOCIÓN DE LOS SERVICIOS PÚBLICOS DE CUIDADOS.

Ejecución: Plurianual **Periodo de ejecución:** Del 1 de enero de 2023 al 31 de diciembre de 2024

Coste: 2.000.000 **Coste Plurianual:** 2.000.000

Aplicación presupuestaria: Concepto 290

SopORTE: Televisión, radio, prensa, revistas, Internet, exterior y cine

Difusión: Nacional **Idioma:** Castellano, catalán, gallego y euskera **Evaluación:** Postest

Población objetivo de la campaña: General, tercera edad y trabajadores

Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción, lenguaje de signos y cognitiva (lectura fácil)

Observaciones: Campaña vinculada con el PRTR y con el cumplimiento de hitos y objetivos del componente 22. Financiada con el PRTR

MINISTERIO DE DERECHOS SOCIALES Y AGENDA 2030

DIRECCIÓN GENERAL DE DIVERSIDAD FAMILIAR Y SERVICIOS SOCIALES

SENSIBILIZACIÓN SOBRE LOS SERVICIOS SOCIALES PÚBLICOS

Objetivo y sentido: MEJORAR EL CONOCIMIENTO ACERCA DE LOS SERVICIOS SOCIALES, DE LAS PRESTACIONES Y SERVICIOS QUE OFRECEN A LA CIUDADANÍA Y PROMOVER UNA PERCEPCIÓN POSITIVA DE LOS MISMOS, ALEJADA DE PREJUICIOS QUE LOS VINCULAN CON LA EXCLUSIÓN SOCIAL O LIMITAN SU IMPORTANCIA PARA EL CONJUNTO DE LA SOCIEDAD. EL OBJETIVO ES CONTRIBUIR AL PROCESO DE MODERNIZACIÓN Y REFORMA DE LOS SERVICIOS SOCIALES MEDIANTE UNA MAYOR VINCULACIÓN DE LA SOCIEDAD A LOS MISMOS.

Ejecución: Anual **Periodo de ejecución:** Del 1 de enero al 31 de diciembre de 2023

Coste: 250.000

Aplicación presupuestaria: Concepto 290

Soporte: A determinar

Difusión: Nacional **Idioma:** Castellano, catalán, gallego y euskera

Población objetivo de la campaña: General, tercera edad y trabajadores

Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción, lenguaje de signos y accesibilidad cognitiva

Observaciones: Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia (PRTR). Financiada con Fondos NEXT GENERATION

DIRECCIÓN GENERAL DE POLÍTICAS PALANCA PARA EL CUMPLIMIENTO DE LA AGENDA 2030

PELEA EL FUTURO

Objetivo y sentido: PROMOVER LA NECESIDAD DE CONSTRUIR UN FUTURO ALINEADO CON LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE.

Ejecución: Plurianual **Periodo de ejecución:** Del 1 de enero de 2023 al 31 de diciembre de 2024

Coste: 1.300.000 **Coste Plurianual:** 1.300.000

Aplicación presupuestaria: Subconcepto 226.02

Soporte: Televisión, Internet y exterior

Difusión: Nacional **Idioma:** Castellano, catalán, gallego y euskera **Evaluación:** Posttest

Población objetivo de la campaña: General

Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lenguaje de signos

DIRECCIÓN GENERAL DE DERECHOS DE LOS ANIMALES

UN PAÍS MÁS HUMANO

Objetivo y sentido: PROMOVER LOS DERECHOS DE LOS ANIMALES.

Ejecución: Plurianual **Periodo de ejecución:** Del 1 de enero de 2023 al 31 de diciembre de 2024

Coste: 1.200.000 **Coste Plurianual:** 1.200.000

Aplicación presupuestaria: Subconcepto 226.02

Soporte: Televisión, radio, prensa, revistas, Internet, exterior y cine

Difusión: Nacional **Idioma:** Castellano, catalán, gallego y euskera **Evaluación:** Posttest

Población objetivo de la campaña: General

Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lenguaje de signos

MINISTERIO DE DERECHOS SOCIALES Y AGENDA 2030

injuve

INSTITUTO DE LA JUVENTUD

CONTRA DISCURSOS DE ODIO

Objetivo y sentido: CONCIENCIAR A LOS JÓVENES SOBRE LA GRAVEDAD DE LOS DISCURSOS DE ODIO.

Ejecución: Anual **Periodo de ejecución:** Del 1 de abril al 31 de diciembre de 2023

Coste: 140.000

Aplicación presupuestaria: Subconcepto 226.02

Soporte: Radio, prensa, Internet y exterior

Difusión: Nacional **Idioma:** Castellano, catalán, gallego y euskera

Población objetivo de la campaña: Estudiantes e infantil/juvenil

Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción, lenguaje de signos y accesibilidad cognitiva

CARNET JOVEN EUROPEO

Objetivo y sentido: DIFUSIÓN DE NUEVOS DESCUENTOS APLICABLES A TITULARES DEL CARNET JOVEN EUROPEO.

Ejecución: Anual **Periodo de ejecución:** Del 1 de abril al 31 de diciembre de 2023

Coste: 120.000

Aplicación presupuestaria: Subconcepto 226.02

Soporte: Radio, revistas, Internet y exterior

Difusión: Nacional **Idioma:** Castellano, catalán, gallego y euskera

Población objetivo de la campaña: Estudiantes e infantil/juvenil

Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción, lenguaje de signos y accesibilidad cognitiva

EURODESK

Objetivo y sentido: DIFUSIÓN DE LA RED DE INFORMACIÓN JUVENIL EURODESK ENTRE JÓVENES.

Ejecución: Anual **Periodo de ejecución:** Del 1 de abril al 31 de diciembre de 2023

Coste: 25.000

Aplicación presupuestaria: Subconcepto 226.02

Soporte: Internet

Difusión: Nacional **Idioma:** Castellano, catalán, gallego y euskera

Población objetivo de la campaña: Estudiantes e infantil/juvenil

Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción, lenguaje de signos y accesibilidad cognitiva

MINISTERIO DE CIENCIA E INNOVACIÓN

SECRETARÍA GENERAL DE INNOVACIÓN

ACTO DE ENTREGA DE LOS PREMIOS NACIONALES DE INNOVACIÓN Y DE DISEÑO 2022

Objetivo y sentido: ACTO PÚBLICO DE ENTREGA DE LOS PREMIOS PRESIDIDO POR SUS MAJESTADES LOS REYES. REALIZACIÓN DE VÍDEOS Y FOTOGRAFÍAS QUE SON PROYECTADOS EN EL ACTO A MODO DE PRESENTACIÓN Y DIFUSIÓN DE LOS MÉRITOS DE LOS GALARDONADOS Y QUE SERÁN DADOS A CONOCER EN LOS CANALES DE COMUNICACIÓN DEL MINISTERIO.

Ejecución: Anual

Periodo de ejecución: Del 1 de febrero al 31 de diciembre de 2023

Coste: 16.940

Aplicación presupuestaria: Subconcepto 227.06

SopORTE: Internet

Difusión: Nacional e Internacional **Idioma:** Castellano e inglés

Población objetivo de la campaña: General, empresarios y profesionales

Medidas accesibilidad: Subtitulación

PREMIOS NACIONALES DE INNOVACIÓN Y DE DISEÑO 2023

Objetivo y sentido: DIFUNDIR LA APERTURA DEL PLAZO DE SOLICITUDES DE LA CONVOCATORIA 2023 DE ESTOS PREMIOS, INCLUYENDO LA PUBLICACIÓN DEL ANUNCIO EN UN PERIÓDICO DIGITAL DE ÁMBITO NACIONAL, INFORMANDO ACERCA DE LAS MODALIDADES, PERFIL DE LOS BENEFICIARIOS Y FECHA DE FINALIZACIÓN DEL PLAZO DE SOLICITUDES. PRECEPTIVO PARA EL CUMPLIMIENTO DE LA NORMATIVA FISCAL ASOCIADA A LA DOTACIÓN ECONÓMICA DE ALGUNAS MODALIDADES. UNA VEZ RESUELTA LA CONVOCATORIA, COMUNICADO POR PARTE DEL MINISTRO A LOS PREMIADOS ACERCA DEL FALLO DE LOS JURADOS Y DIFUSIÓN EN REDES SOCIALES DE LOS PREMIADOS Y SUS TRAYECTORIAS PROFESIONALES.

Ejecución: Anual

Periodo de ejecución: A determinar

Coste: 6.100

Aplicación presupuestaria: Subconcepto 226.02

SopORTE: Prensa e Internet

Difusión: Nacional **Idioma:** Castellano

Población objetivo de la campaña: Empresarios y profesionales

Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lenguaje de signos

MINISTERIO DE CIENCIA E INNOVACIÓN

SECRETARÍA GENERAL DE INVESTIGACIÓN

DIFUSIÓN DE LAS PERSONAS GALARDONADAS CON LOS PREMIOS NACIONALES DE INVESTIGACIÓN Y LOS PREMIOS NACIONALES DE INVESTIGACIÓN PARA JÓVENES CORRESPONDIENTE A 2022

Objetivo y sentido: AUMENTAR EL PRESTIGIO Y RECONOCIMIENTO SOCIAL DE LAS PERSONAS GALARDONADAS CON ESTOS PREMIOS, CONTRIBUYENDO CON ELLO A PONER EN VALOR EL PAPEL DE LA CIENCIA Y EL TRABAJO REALIZADO POR LOS CIENTÍFICOS ESPAÑOLES, FOMENTANDO LAS VOCACIONES CIENTÍFICAS.

Ejecución: Anual **Periodo de ejecución:** A determinar

Coste: 45.000

Aplicación presupuestaria: Subconcepto 227.06

SopORTE: Otras herramientas: redes sociales, escenografía y material para la proyección de los audiovisuales

Difusión: Nacional **Idioma:** Castellano

Población objetivo de la campaña: General y comunidad científica

Medidas accesibilidad: Subtitulación

DIFUSIÓN DE LA CONVOCATORIA DE LOS PREMIOS NACIONALES DE INVESTIGACIÓN Y DE LOS PREMIOS NACIONALES DE INVESTIGACIÓN PARA JÓVENES 2023

Objetivo y sentido: INFORMAR DE LA CONVOCATORIA DE ESTOS PREMIOS EN UN PERIÓDICO DE GRAN CIRCULACIÓN NACIONAL PARA CUMPLIR CON LOS REQUISITOS PREVISTOS EN EL ARTÍCULO 2, APARTADO 2, DEL REGLAMENTO DEL IMPUESTO SOBRE LA RENTA DE LAS PERSONAS FÍSICAS, CON LA FINALIDAD DE QUE LA DOTACIÓN ECONÓMICA DE LOS PREMIOS ESTÉ EXENTA DE RETENCIÓN.

Ejecución: Anual **Periodo de ejecución:** A determinar

Coste: 6.000

Aplicación presupuestaria: Subconcepto 226.02

SopORTE: Prensa e Internet (prensa digital)

Difusión: Nacional **Idioma:** Castellano

Población objetivo de la campaña: Comunidad científica



CENTRO PARA EL DESARROLLO TECNOLÓGICO Y LA INNOVACIÓN, E.P.E

AYUDAS PÚBLICAS PARA ESTIMULAR LA I+D EMPRESARIAL Y LA INNOVACIÓN

Objetivo y sentido: DIFUNDIR LAS AYUDAS PÚBLICAS DISPONIBLES EN 2023 ENTRE EMPRESAS, EMPRENDEDORES, PROYECTOS EMPRESARIALES BASADOS EN I+D Y PÚBLICO BENEFICIARIO DE AYUDAS PÚBLICAS PARA PROYECTOS DE I+D+I E INNOVACIÓN.

Ejecución: Anual **Periodo de ejecución:** Del 1 de enero al 31 de diciembre de 2023

Coste: 140.000

Aplicación presupuestaria: Subconcepto 226.02

SopORTE: Internet y exterior

Difusión: Nacional **Idioma:** Castellano **Evaluación:** Postest

Población objetivo de la campaña: General, empresarios, trabajadores, centros científicos y de desarrollo de conocimiento, emprendedores, inversores en capital riesgo y similar

Medidas accesibilidad: Subtitulación

MINISTERIO DE CIENCIA E INNOVACIÓN



FUNDACIÓN ESPAÑOLA PARA LA CIENCIA Y LA TECNOLOGÍA (FECYT)

AÑO DE INVESTIGACIÓN SANTIAGO RAMÓN Y CAJAL

Objetivo y sentido: DAR A CONOCER EL AÑO DE EXCEPCIONAL INTERÉS PÚBLICO “AÑO DE INVESTIGACIÓN SANTIAGO RAMÓN Y CAJAL”.

Ejecución: Plurianual **Periodo de ejecución:** Del 1 de diciembre de 2022 al 31 de diciembre de 2023

Coste: 166.980 **Coste Plurianual:** 166.980

Aplicación presupuestaria: Fundación. Su presupuesto no se ajusta a la clasificación económica de los PGE

Soporte: Internet, exterior y otras herramientas: redes sociales propias

Difusión: Nacional **Idioma:** Castellano

Población objetivo de la campaña: General

Medidas accesibilidad: Subtitulación

Observaciones: Campaña sobrevenida en 2022 al amparo del artículo 13 de la Ley 29/2005, de 29 de diciembre, de publicidad y comunicación institucional

MINISTERIO DE IGUALDAD

DELEGACIÓN DE GOBIERNO CONTRA LA VIOLENCIA DE GÉNERO

CONCIENCIACIÓN SOCIAL CONTRA LAS DISTINTAS FORMAS DE VIOLENCIA CONTRA LAS MUJERES DURANTE 2023

Objetivo y sentido: SENSIBILIZACIÓN Y CONCIENCIACIÓN SOCIAL SOBRE LAS DISTINTAS FORMAS DE VIOLENCIA CONTRA LAS MUJERES, DESTACAR LA LUCHA CONTRA LAS VIOLENCIAS MACHISTAS COMO UN RETO DE TODA LA SOCIEDAD, UNA TAREA CONJUNTA QUE REQUIERE DE UNA ACCIÓN UNITARIA Y LA MÁXIMA COOPERACIÓN Y COLABORACIÓN EN EL RECHAZO, IDENTIFICACIÓN Y DENUNCIA DE CUALQUIER SITUACIÓN DE VIOLENCIA DE GÉNERO, EN CUALQUIER ENTORNO Y CON CUALQUIER MUJER.

Ejecución: Plurianual **Periodo de ejecución:** Del 1 de mayo de 2023 al 30 de abril de 2024

Coste: 7.000.000 **Coste Plurianual:** 7.000.000

Aplicación presupuestaria: Concepto 640

Soporte: Televisión, radio, prensa, revistas, Internet, exterior y cine


Difusión: Nacional **Idioma:** Castellano, catalán, gallego y euskera **Evaluación:** Postest

Población objetivo de la campaña: General

Medidas accesibilidad: Subtitulación

MINISTERIO DE IGUALDAD	
SECRETARIA DE ESTADO DE IGUALDAD Y CONTRA LA VIOLENCIA DE GÉNERO	
PROMOCIÓN DE LA IGUALDAD, LA PUESTA EN VALOR DE SOCIEDADES DIVERSAS Y LA NO DISCRIMINACIÓN 2023-2024	
Objetivo y sentido: CONCIENCIAR ACERCA DE LA NECESIDAD DE DESARROLLAR POLÍTICAS PÚBLICAS A FAVOR DE LA IGUALDAD Y PONER EN VALOR LA RIQUEZA DE UNA SOCIEDAD DIVERSA E INCLUYENTE.	
Ejecución: Plurianual	Periodo de ejecución: Del 1 de junio de 2023 al 28 de febrero de 2024
Coste: 6.638.780	Coste Plurianual: 6.638.780
Aplicación presupuestaria: Concepto 640	
SopORTE: Televisión, radio, prensa, revistas, Internet y exterior	
Difusión: Nacional	Idioma: Castellano, catalán, gallego, euskera e inglés
	Evaluación: Postest
Población objetivo de la campaña: General	
Medidas accesibilidad: Subtitulación	

CONCIENCIACION EN MATERIA DE CORRESPONSABILIDAD ENTRE MUJERES Y HOMBRES PARA EL REPARTO EFECTIVO DEL TRABAJO DE CUIDADOS	
Objetivo y sentido: CONCIENCIAR SOBRE LA IMPORTANCIA DE FOMENTAR EL REPARTO DEL TRABAJO DE CUIDADOS, FAVORECIENDO EL CAMBIO DE PATRONES SOCIALES Y CULTURALES, ELIMINACIÓN DE PREJUICIOS, MITOS Y ESTEREOTIPOS DE GÉNERO Y PROMOVRIENDO LA IMPLICACIÓN DE TODA LA SOCIEDAD EN LA CONSTRUCCIÓN DE UNA IGUALDAD REAL Y EFECTIVA QUE SIRVA DE SEMILLA PARA INVOLUCRAR A LOS HOMBRES EN LAS LABORES DE LOS CUIDADOS.	
Ejecución: Anual	Periodo de ejecución: Del 1 de enero al 31 de mayo de 2023
Coste: 2.865.000	
Aplicación presupuestaria: Concepto 640	
SopORTE: Televisión, radio, prensa, revistas, Internet, exterior y cine	
Difusión: Nacional	Idioma: Castellano, catalán, gallego, euskera e inglés
	Evaluación: Postest
Población objetivo de la campaña: General	
Medidas accesibilidad: Subtitulación	

	INSTITUTO DE LAS MUJERES
PUESTA EN VALOR DE LA PARTICIPACIÓN DE LAS MUJERES EN EL AVANCE DE LA IGUALDAD EN NUESTRO PAÍS	
Objetivo y sentido: LA SENSIBILIZACIÓN SOBRE LAS CONDICIONES QUE POSIBILITAN LA LIBERTAD, LA IGUALDAD REAL Y EFECTIVA ENTRE MUJERES Y HOMBRES, ASÍ COMO LA PROMOCIÓN DE LA PARTICIPACIÓN DE LAS MUJERES EN LA VIDA POLÍTICA, CIVIL, LABORAL, ECONÓMICA, SOCIAL Y CULTURAL, ASÍ COMO LA PREVENCIÓN Y ELIMINACIÓN DE TODA CLASE DE DISCRIMINACIÓN DE LAS PERSONAS POR RAZÓN DE SEXO.	
Ejecución: Plurianual	Periodo de ejecución: Del 1 de junio de 2023 al 28 de febrero de 2024
Coste: 1.500.000	Coste Plurianual: 1.500.000
Aplicación presupuestaria: Concepto 640	
SopORTE: Televisión, radio, prensa, revistas, Internet y exterior	
Difusión: Nacional	Idioma: Castellano, catalán, gallego y euskera
Población objetivo de la campaña: General	
Medidas accesibilidad: Subtitulación y audiodescripción	

MINISTERIO DE IGUALDAD

 Instituto de las MUJERES

INSTITUTO DE LAS MUJERES

CONMEMORACIÓN DEL 40 ANIVERSARIO DEL INSTITUTO DE LAS MUJERES

Objetivo y sentido: ACERCAR A LA CIUDADANÍA ESTE ORGANISMO DE IGUALDAD, PONIENDO EN VALOR SU PAPEL EN EL IMPULSO DE LAS POLÍTICAS PÚBLICAS DE IGUALDAD DE GÉNERO EN NUESTRO PAÍS Y DE UN MODELO INSTITUCIONAL QUE HA SIDO REFERENTE PARA OTROS ORGANISMOS DE IGUALDAD DE LAS CCAA Y QUE PRETENDE SEGUIR SIENDO REFERENTE A NIVEL ESTATAL EN LA PROMOCIÓN DE LA IGUALDAD EFECTIVA DE MUJERES Y HOMBRES.

Ejecución: Anual **Periodo de ejecución:** Del 1 de enero al 31 de diciembre de 2023

Coste: 18.150

Aplicación presupuestaria: Concepto 640

SopORTE: Internet y otras herramientas: carteles y folletos

Difusión: Nacional **Idioma:** Castellano, catalán, gallego y euskera

Población objetivo de la campaña: General

Medidas accesibilidad: Subtitulación

MINISTERIO DE CONSUMO

SECRETARÍA GENERAL DE CONSUMO Y JUEGO

CONCIENCIACIÓN SOBRE CONSUMO SOSTENIBLE

Objetivo y sentido: INFORMAR A LA POBLACIÓN GENERAL ACERCA DE LAS VENTAJAS DE UN CONSUMO SOSTENIBLE Y SU RELACIÓN CON EL PLANETA.

Ejecución: Anual **Periodo de ejecución:** Del 1 de abril al 31 de diciembre de 2023

Coste: 300.000

Aplicación presupuestaria: Subconcepto 226.02

SopORTE: Radio, Internet y exterior

Difusión: Nacional **Idioma:** Castellano, catalán, gallego y euskera

Población objetivo de la campaña: General

Medidas accesibilidad: Subtitulación y lenguaje de signos

CONCIENCIACIÓN SOBRE LA HUELLA DEL CONSUMO

Objetivo y sentido: INFORMAR A LA POBLACIÓN EN GENERAL ACERCA DE LA INFLUENCIA QUE TIENE NUESTRO CONSUMO EN EL MEDIO AMBIENTE.

Ejecución: Anual **Periodo de ejecución:** Del 1 de abril al 31 de diciembre de 2023

Coste: 157.000

Aplicación presupuestaria: Subconcepto 226.02

SopORTE: A determinar

Difusión: Nacional **Idioma:** Castellano, catalán, gallego y euskera

Población objetivo de la campaña: General

Medidas accesibilidad: Subtitulación y lenguaje de signos

MINISTERIO DE CONSUMO

SECRETARÍA GENERAL DE CONSUMO Y JUEGO

CONCIENCIACIÓN SOBRE CONSUMO RESPONSABLE

Objetivo y sentido: FOMENTAR ENTRE LA POBLACIÓN GENERAL UNA ALIMENTACIÓN SALUDABLE Y SOSTENIBLE.

Ejecución: Anual **Periodo de ejecución:** Del 1 de mayo al 31 de diciembre de 2023

Coste: 100.000

Aplicación presupuestaria: Subconcepto 226.02

SopORTE: Relaciones públicas

Difusión: Nacional **Idioma:** Castellano

Población objetivo de la campaña: General

CONCIENCIACIÓN SOBRE REPARABILIDAD

Objetivo y sentido: PROMOVER ENTRE LA POBLACIÓN GENERAL LA REPARABILIDAD DE LOS BIENES DE CONSUMO.

Ejecución: Anual **Periodo de ejecución:** Del 1 de abril al 31 de diciembre de 2023

Coste: 80.000

Aplicación presupuestaria: Subconcepto 226.02

SopORTE: Internet

Difusión: Nacional **Idioma:** Castellano, catalán, gallego y euskera

Población objetivo de la campaña: General

Medidas accesibilidad: Subtitulación y lenguaje de signos

DIRECCIÓN GENERAL DE CONSUMO

PROMOCIÓN DE DERECHOS DE LAS PERSONAS CONSUMIDORAS

Objetivo y sentido: DIVULGAR LA EXISTENCIA DE MECANISMOS EFECTIVOS PARA DEFENDER LOS DERECHOS DE LAS PERSONAS CONSUMIDORAS, ENFATIZANDO FÓRMULAS FÁCILES Y ACCESIBLES PARA SU USO. LOS DESTINATARIOS PRIORITARIOS SON COLECTIVOS IDENTIFICADOS COMO PERSONAS CONSUMIDORAS VULNERABLES.

Ejecución: Anual **Periodo de ejecución:** Del 1 de febrero al 31 de octubre de 2023

Coste: 220.000

Aplicación presupuestaria: Subconcepto 226.02

SopORTE: Radio e Internet

Difusión: Nacional **Idioma:** Castellano, catalán, gallego y euskera

Población objetivo de la campaña: General

Medidas accesibilidad: Subtitulación y lenguaje de signos

MINISTERIO DE CONSUMO

DIRECCIÓN GENERAL DE ORDENACIÓN DEL JUEGO

LA EXISTENCIA DE LAS CAJAS BOTÍN Y EL PELIGRO DE SU UTILIZACIÓN POR PARTE DE LAS PERSONAS MENORES DE EDAD

Objetivo y sentido: DAR A CONOCER LA EXISTENCIA DE LOS MECANISMOS ALEATORIOS DE RECOMPENSA QUE CONTIENEN LOS VIDEOJUEGOS Y DEL PELIGRO QUE PUEDE ENTRAÑAR SU ABUSO EN EDADES TEMPRANAS. DIRIGIDO A LA POBLACIÓN GENERAL, PERO DE MANERA MUY ESPECIAL A LAS FAMILIAS CON PERSONAS MENORES DE EDAD QUE DESCONOCEN SU EXISTENCIA Y EL USO QUE DE ELLAS HACEN LAS PERSONAS MÁS JÓVENES. ESTOS MECANISMOS DE RECOMPENSA TIENEN CARACTERÍSTICAS DE LOS JUEGOS DE AZAR MUY SIMILARES A LOS DE UNA "TRAGAPERRA" PERO NO CUENTAN, COMO SÍ OCURRE CON LOS JUEGOS REGULADOS POR LA LEY 13/2011 CON HERRAMIENTAS DE PROTECCIÓN DE LOS JUGADORES, MUY EN PARTICULAR DE LOS MENORES DE EDAD.

Ejecución: Anual

Periodo de ejecución: Del 1 de marzo al 31 de diciembre de 2023

Coste: 1.300.000

Aplicación presupuestaria: Concepto 641

SopORTE: Televisión, radio, Internet, exterior y cine

Difusión: Nacional

Idioma: Castellano, catalán, gallego y euskera

Evaluación: Postest

Población objetivo de la campaña: General e infantil/juvenil

Medidas accesibilidad: Subtitulación y lenguaje de signos

CONCIENCIACION SOBRE LOS RIESGOS DEL CONSUMO DE JUEGOS DE AZAR Y APUESTAS

Objetivo y sentido: ALERTAR SOBRE LOS RIESGOS DEL CONSUMO DE JUEGOS DE AZAR Y APUESTAS, EVITANDO LA PERCEPCIÓN DE QUE NO EXISTE RIESGO APOSTANDO O CONSUMIENDO JUEGOS DE AZAR, CONCIENCIANDO ACERCA DE LA POSIBILIDAD DE QUE UN CONSUMO HABITUAL DESENCADENE EN PROBLEMAS PERSONALES O PATOLOGÍAS COMO LA LUDOPATÍA.

Ejecución: Anual

Periodo de ejecución: Del 1 de febrero al 30 de junio de 2023

Coste: 700.000

Aplicación presupuestaria: Concepto 641

SopORTE: Televisión y cine

Difusión: Nacional

Idioma: Castellano, catalán, gallego y euskera

Población objetivo de la campaña: General e Infantil / Juvenil

Medidas accesibilidad: Subtitulación y lenguaje de signos

MINISTERIO DE CONSUMO	
	AGENCIA ESPAÑOLA DE SEGURIDAD ALIMENTARIA Y NUTRICIÓN
ALIMENTACIÓN SEGURA, SALUDABLE Y SOSTENIBLE EN CENTROS EDUCATIVOS	
Objetivo y sentido: PONER DE RELIEVE LOS CONTROLES SANITARIOS REALIZADOS EN LOS COMEDORES DE LOS CENTROS ESCOLARES Y LAS POLÍTICAS LLEVADAS A CABO PARA MEJORAR LA OFERTA EN ESTOS CENTROS, ESTABLECIENDO UNOS CRITERIOS MÍNIMOS DE CALIDAD NUTRICIONAL Y DE SOSTENIBILIDAD QUE ORIENTEN LA CONTRATACIÓN, ADQUISICIÓN Y OFERTA DE ALIMENTOS Y BEBIDAS EN COMEDORES ESCOLARES.	
Ejecución: Anual	Periodo de ejecución: Del 1 de marzo al 31 de diciembre de 2023
Coste: 180.000	
Aplicación presupuestaria: Subconcepto 226.02	
SopORTE: Internet	
Difusión: Nacional	Idioma: Castellano, catalán, gallego y euskera
Población objetivo de la campaña: General	
Medidas accesibilidad: Subtitulación y lenguaje de signos	

MINISTERIO DE INCLUSIÓN, SEGURIDAD SOCIAL Y MIGRACIONES	
GABINETE DEL MINISTRO	
INFORMACIÓN SOBRE LAS MODIFICACIONES EN LA COTIZACIÓN DE LOS AUTÓNOMOS	
Objetivo y sentido: INFORMAR SOBRE LAS MODIFICACIONES EFECTUADAS EN LA LEGISLACIÓN SOBRE EL RÉGIMEN DE LOS AUTÓNOMOS.	
Ejecución: Plurianual	Periodo de ejecución: Del 1 de octubre de 2022 al 30 de diciembre de 2023
Coste: 3.536.300	Coste Plurianual: 3.536.300
Aplicación presupuestaria: Subconcepto 226.02	
SopORTE: Televisión, radio, prensa, revistas, Internet y exterior	
Difusión: Nacional	Idioma: Castellano, catalán, gallego y euskera
Población objetivo de la campaña: General, empresarios y trabajadores	
Medidas accesibilidad: Subtitulación	
Observaciones: Campaña sobrevenida en 2022 al amparo del artículo 13 de la Ley 29/2005, de 29 de diciembre, de publicidad y comunicación institucional	

MINISTERIO DE INCLUSIÓN, SEGURIDAD SOCIAL Y MIGRACIONES**GABINETE DEL MINISTRO****DIFUSIÓN DE ACCIONES FORMATIVAS SOBRE PENSIONES**

Objetivo y sentido: CONCIENCIAR SOBRE LA IMPORTANCIA DE LA COTIZACIÓN EN EL RÉGIMEN GENERAL PARA EL SOSTENIMIENTO DE LAS PENSIONES.

Ejecución: Anual **Periodo de ejecución:** Del 1 de febrero al 30 de diciembre de 2023

Coste: 5.060.000

Aplicación presupuestaria: Subconcepto 226.02

SopORTE: Televisión, radio, prensa, revistas, Internet, exterior y relaciones públicas

Difusión: Nacional **Idioma:** Castellano, catalán, gallego y euskera

Población objetivo de la campaña: General, empresarios, tercera edad y trabajadores

Medidas accesibilidad: Subtitulación

SUBSECRETARÍA**PROMOCIÓN DEL ACCESO A LA FUNCIÓN PÚBLICA A TRAVÉS DE LOS CUERPOS ESPECÍFICOS DE LA SEGURIDAD SOCIAL**

Objetivo y sentido: CAMPAÑA DIRIGIDA A LA PROMOCIÓN DEL ACCESO A LA FUNCIÓN PÚBLICA A TRAVÉS DE LOS CUERPOS ESPECÍFICOS DE LA SEGURIDAD SOCIAL PARA LAS PRÓXIMAS OFERTAS DE EMPLEO PÚBLICO.

Ejecución: Anual **Periodo de ejecución:** Del 1 de febrero al 30 de diciembre de 2023

Coste: 200.000

Aplicación presupuestaria: Capítulo 2

SopORTE: Internet y exterior

Difusión: Nacional **Idioma:** Castellano, catalán, gallego y euskera

Población objetivo de la campaña: General, estudiantes y trabajadores

MINISTERIO DE UNIVERSIDADES**GABINETE DEL MINISTRO****ACCIONES DEL MINISTERIO DE UNIVERSIDADES DURANTE EL CURSO 2023**

Objetivo y sentido: DAR A CONOCER LAS DIFERENTES ACCIONES DEL MINISTERIO DE UNIVERSIDADES DURANTE EL AÑO 2023.

Ejecución: Anual **Periodo de ejecución:** Del 1 de febrero al 30 de noviembre de 2023

Coste: 223.000

Aplicación presupuestaria: Subconcepto 226.02

SopORTE: Internet y otras herramientas: redes sociales

Difusión: Nacional **Idioma:** Castellano e inglés

Población objetivo de la campaña: General, estudiantes, tercera edad, comunidad universitaria y personas extranjeras con interés en homologar su título universitario

Medidas accesibilidad: Subtitulación

MINISTERIO DE UNIVERSIDADES

GABINETE DEL MINISTRO

PRESIDENCIA ESPAÑOLA DEL CONSEJO DE LA U.E. EN MATERIA DE UNIVERSIDADES

Objetivo y sentido: DAR A CONOCER LOS DIFERENTES ACTOS EN MATERIA DE UNIVERSIDADES CON MOTIVO DE LA PRESIDENCIA ESPAÑOLA DEL CONSEJO DE LA UE EN EL SEGUNDO SEMESTRE DE 2023.

Ejecución: Anual **Periodo de ejecución:** Del 1 de septiembre al 31 de diciembre de 2023

Coste: 40.000

Aplicación presupuestaria: Subconcepto 226.02

Saporte: Relaciones públicas y otras herramientas: redes sociales

Difusión: Nacional **Idioma:** Castellano e inglés

Población objetivo de la campaña: General, estudiantes y comunidad universitaria

Medidas accesibilidad: Subtitulación

SEGREGACIÓN DE GÉNERO DE LOS ESTUDIOS UNIVERSITARIOS

Objetivo y sentido: INFORMAR Y CONCIENCIAR A LA COMUNIDAD UNIVERSITARIA SOBRE LA SEGREGACIÓN DE GÉNERO EN LOS ESTUDIOS UNIVERSITARIOS.

Ejecución: Plurianual **Periodo de ejecución:** Del 14 de noviembre de 2022 al 18 de febrero de 2023

Coste: 11.000 **Coste Plurianual:** 18.000

Aplicación presupuestaria: Subconcepto 226.02

Saporte: Otras herramientas: redes sociales propias

Difusión: Nacional **Idioma:** Castellano

Población objetivo de la campaña: General y estudiantes

Medidas accesibilidad: Subtitulación

EL ESTADO DE BIENESTAR Y LA SALUD MENTAL EN LA POBLACIÓN UNIVERSITARIA

Objetivo y sentido: A PARTIR DE UN ESTUDIO IMPULSADO POR EL MINISTERIO, DAR A CONOCER EL ESTADO DE BIENESTAR Y SALUD MENTAL DE LA POBLACIÓN UNIVERSITARIA Y LOS FACTORES QUE INFLUYEN SOBRE LA MISMA.

Ejecución: Plurianual **Periodo de ejecución:** Del 1 de diciembre de 2022 al 31 de marzo de 2023

Coste: 9.000 **Coste Plurianual:** 16.000

Aplicación presupuestaria: Subconcepto 226.02

Saporte: Otras herramientas: redes sociales propias

Difusión: Nacional **Idioma:** Castellano, catalán, gallego y euskera

Población objetivo de la campaña: Estudiantes

Medidas accesibilidad: Subtitulación

MINISTERIO DE UNIVERSIDADES

GABINETE DEL MINISTRO

DIFERENTES INICIATIVAS DE CIENCIA CIUDADANA PUESTAS EN MARCHA POR EL MINISTERIO DE UNIVERSIDADES

Objetivo y sentido: DAR A CONOCER LAS DIFERENTES INICIATIVAS DE CIENCIA CIUDADANA PUESTAS EN MARCHA POR EL MINISTERIO DE UNIVERSIDADES, PARTICULARMENTE EN LO REFERIDO A LA NUEVA CONVOCATORIA DE PROYECTOS SINGULARES DE CIENCIA CIUDADANA LANZADOS EN COORDINACIÓN CON FECYT Y EL MINISTERIO DE CIENCIA E INNOVACIÓN.

Ejecución: Plurianual **Periodo de ejecución:** Del 15 de noviembre de 2022 al 31 de marzo de 2023

Coste: 7.000 **Coste Plurianual:** 12.000

Aplicación presupuestaria: Subconcepto 226.02

SopORTE: Otras herramientas: redes sociales propias

Difusión: Nacional **Idioma:** Castellano

Población objetivo de la campaña: General y comunidad universitaria

Medidas accesibilidad: Subtitulación

SECRETARÍA GENERAL DE UNIVERSIDADES

CERTAMEN ARQUÍMEDES DE INTRODUCCIÓN A LA INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA

Objetivo y sentido: FOMENTAR LA INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA ENTRE LOS ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS. CONVOCADO POR ORDEN DE 10 DE NOVIEMBRE DE 2022 DEL MINISTERIO DE UNIVERSIDADES EL XX CERTAMEN UNIVERSITARIO "ARQUÍMEDES" DE INTRODUCCIÓN A LA INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA.

Ejecución: Anual **Periodo de ejecución:** A determinar

Coste: 2.000

Aplicación presupuestaria: Subconcepto 226.02

SopORTE: Internet

Difusión: Nacional **Idioma:** Castellano

Población objetivo de la campaña: Estudiantes

CERTAMEN JÓVENES INVESTIGADORES DE INTRODUCCIÓN A LA INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA

Objetivo y sentido: FOMENTAR LA INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA ENTRE LOS ESTUDIANTES DE ETAPAS PREVIAS A LA UNIVERSIDAD.

Ejecución: Anual **Periodo de ejecución:** A determinar

Coste: 2.000

Aplicación presupuestaria: Subconcepto 226.02

SopORTE: Internet


Difusión: Nacional **Idioma:** Castellano

Población objetivo de la campaña: Estudiantes

Anexo IV: Relación de campañas comerciales 2023

MINISTERIO DE LA PRESIDENCIA, RELACIONES CON LAS CORTES Y MEMORIA DEMOCRÁTICA	
	BOLETÍN OFICIAL DEL ESTADO
SERVICIOS Y PRODUCTOS DE LA AGENCIA ESTATAL BOLETÍN OFICIAL DEL ESTADO	
Objetivo y sentido: INFORMACIÓN Y PROMOCIÓN DE LOS SERVICIOS Y PRODUCTOS QUE LA AGENCIA ESTATAL BOLETÍN OFICIAL DEL ESTADO OFRECE A LOS CIUDADANOS.	
Ejecución: Anual	Periodo de ejecución: Del 15 de enero al 30 de junio de 2023 y del 1 de septiembre al 31 de diciembre de 2023
Coste: 80.000	
Soporte: Internet, marketing y relaciones públicas	
Difusión: Nacional	Idioma: Castellano
Población objetivo de la campaña: General, estudiantes y trabajadores	

MINISTERIO DE HACIENDA Y FUNCIÓN PÚBLICA	
	CORPORACIÓN RTVE (SEPI)
DIVULGACIÓN DE VALORES DE RTVE Y PROMOCIÓN DE MARCAS, PRODUCTOS Y PROGRAMAS DE LA CORPORACIÓN RTVE	
Objetivo y sentido: TRASLADAR LOS VALORES DE LA CORPORACIÓN Y SU CARÁCTER PÚBLICO, ASÍ COMO DIFUNDIR AFICCIONES, PRODUCTOS Y PROGRAMAS DE TVE, RNE, RTVE.es, INSTITUTO RTVE, ORQUESTA Y CORO RTVE Y PLAY, ASOCIÁNDOLES A ACCIONES CULTURALES DE INTERÉS.	
Ejecución: Anual	Periodo de ejecución: Del 1 de enero al 31 de diciembre de 2023
Coste: 3.180.705,75	
Soporte: A determinar	
Difusión: Nacional	Idioma: Castellano, catalán, gallego, euskera e inglés
Población objetivo de la campaña: General	

	ENSA EQUIPOS NUCLEARES, S.A. (SEPI)
ANUNCIOS ESPECIALIZADOS EN EL SECTOR NUCLEAR	
Objetivo y sentido: VISIBILIZAR LA ACTIVIDAD COMERCIAL DE ENSA.	
Ejecución: Anual	Periodo de ejecución: Del 1 de enero al 31 de diciembre de 2023
Coste: 45.800	
Soporte: A determinar	
Difusión: Nacional	Idioma: Castellano
Población objetivo de la campaña: General	

MINISTERIO DE HACIENDA Y FUNCIÓN PÚBLICA



ENUSA INDUSTRIAS AVANZADAS, S.A. (SEPI)

PROMOCIÓN DE LA ACTIVIDAD EMPRESARIAL DE ENUSA Y DE LOS VALORES SOCIALES QUE LA DEFINEN

Objetivo y sentido: PROMOCIONAR LA ACTIVIDAD EMPRESARIAL DE ENUSA EN SUS ÁREAS DE INFLUENCIA, ASÍ COMO DAR VISIBILIDAD A LOS HITOS INTERNOS QUE SE DESARROLLEN. DIFUNDIR EL COMPROMISO SOCIAL DE ENUSA Y DE LOS VALORES CON LOS QUE SE IDENTIFICA.

Ejecución: Anual **Periodo de ejecución:** Del 1 de enero al 31 de diciembre de 2023

Coste: 56.004

SopORTE: Radio, prensa y revistas

Difusión: Nacional **Idioma:** Castellano **Evaluación:** Postest

Población objetivo de la campaña: General y trabajadores

Medidas accesibilidad: Subtitulación



FÁBRICA NACIONAL DE MONEDA Y TIMBRE REAL CASA DE LA MONEDA

MONEDAS DE COLECCIÓN 2023

Objetivo y sentido: PROMOCIÓN DE LAS MONEDAS DE COLECCIÓN AÑO 2023.

Ejecución: Anual **Periodo de ejecución:** Del 1 de enero al 31 de diciembre de 2023

Coste: 1.210.000

SopORTE: Prensa, revistas e Internet

Difusión: Nacional **Idioma:** Castellano

Población objetivo de la campaña: General

ETIQUETAS

Objetivo y sentido: PROMOCIÓN DE ETIQUETAS DE DENOMINACIÓN DE ORIGEN.

Ejecución: Anual **Periodo de ejecución:** Del 1 de enero al 31 de diciembre de 2023

Coste: 1.960,2

SopORTE: Revistas

Difusión: Nacional **Idioma:** Castellano

Población objetivo de la campaña: General



FUNDACIÓN SEPI

ACCIONES DE COMUNICACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE LA FUNDACIÓN

Objetivo y sentido: PROMOCIÓN DE LOS PROGRAMAS DE LA FUNDACIÓN Y DE SUS INSTALACIONES.

Ejecución: Anual **Periodo de ejecución:** A determinar

Coste: 41.000

SopORTE: A determinar

Difusión: Nacional **Idioma:** Castellano

Población objetivo de la campaña: General

MINISTERIO DE HACIENDA Y FUNCIÓN PÚBLICA



GRUPO HUNOSA (SEPI)

INSERCIÓNES PUNTUALES EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Objetivo y sentido: PROMOCIÓN COMERCIAL DE PRODUCTOS Y SERVICIOS DE HUNOSA.

Ejecución: Anual **Periodo de ejecución:** Del 1 de enero al 31 de diciembre de 2023

Coste: 80.000 **Coste Plurianual:**

Soporte: Televisión, radio, prensa e Internet

Difusión: Regional **Idioma:** Castellano

Población objetivo de la campaña: General y empresarios

Medidas accesibilidad: Subtitulación



HIPÓDROMO DE LA ZARZUELA (SEPI)

HIPÓDROMO DE LA ZARZUELA (HZ), UN GRAN ESPECTÁCULO DEPORTIVO

Objetivo y sentido: DAR DIFUSIÓN A LAS CARRERAS DE CABALLOS Y AL RECINTO.

Ejecución: Anual **Periodo de ejecución:** Del 1 de marzo al 31 de diciembre de 2023

Coste: 200.000

Soporte: A determinar

Difusión: Autonómica **Idioma:** Castellano

Población objetivo de la campaña: General



MINAS DE ALMADÉN Y ARRAYANES, S.A. (MAYASA - SEPI)

PROMOCIÓN DEL PARQUE MINERO DE ALMADÉN

Objetivo y sentido: PROMOCIONAR EL PARQUE MINERO DE ALMADÉN MEDIANTE ACCIONES PARA PROPICIAR VISITAS PROCEDENTES DE LA ZONA CENTRO Y SUR DE ESPAÑA.

Ejecución: Anual **Periodo de ejecución:** Del 1 de enero al 31 de diciembre de 2023

Coste: 84.700

Soporte: Prensa, internet, marketing, relaciones públicas y otras herramientas: patrocinio

Difusión: Regional **Idioma:** Castellano

Población objetivo de la campaña: General y estudiantes



NAVANTIA (SEPI)

INSERCIÓNES EN REVISTAS ESPECIALIZADAS EN CONSTRUCCIÓN Y REPARACIÓN NAVAL, Y SECTOR EÓLICO MARINO

Objetivo y sentido: MANTENER LA PRESENCIA DE NAVANTIA COMO EMPRESA LÍDER EN CONSTRUCCIÓN NAVAL EN EL MUNDO Y LA CONSOLIDACIÓN EN EL SECTOR EÓLICO MARINO.

Ejecución: Anual **Periodo de ejecución:** Del 1 de enero al 31 de diciembre de 2023

Coste: 386.636,25

Soporte: Prensa, revistas e Internet

Difusión: Internacional **Idioma:** Castellano e inglés

Población objetivo de la campaña: General y población especializada

MINISTERIO DE HACIENDA Y FUNCIÓN PÚBLICA



SEPI DESARROLLO EMPRESARIAL, S.A. (SEPIDES)

PROYECTOS Y DESARROLLOS GRUPO SEPIDES 2023

Objetivo y sentido: DIFUNDIR Y DAR A CONOCER LOS SERVICIOS, PRODUCTOS, ACTIVOS Y VEHÍCULOS FINANCIEROS DEL GRUPO SEPIDES.

Ejecución: Anual **Periodo de ejecución:** Del 1 de enero al 31 de diciembre de 2023

Coste: 30.250

SopORTE: A determinar

Difusión: Autonómica **Idioma:** Castellano

Población objetivo de la campaña: General y empresarios



SOCIEDAD ESTATAL CORREOS Y TELÉGRAFOS, S.A. (SEPI)

ACCIONES DE COMUNICACIÓN Y POSICIONAMIENTO

Objetivo y sentido: ACCIONES DE COMUNICACIÓN EXTERNA QUE AYUDEN A POSICIONAR LA MARCA CORREOS COMO EMPRESA LOGÍSTICA LÍDER, DIGITAL, MODERNA, SOSTENIBLE, INTERNACIONAL, FACILITADORA Y ACCESIBLE PARA TODOS Y TODAS, ESTÉN DONDE ESTÉN.

Ejecución: Anual **Periodo de ejecución:** Del 1 de enero al 31 de diciembre de 2023

Coste: 6.670.000

SopORTE: Televisión, radio, prensa, revistas, Internet, exterior y cine

Difusión: Nacional **Idioma:** Castellano **Evaluación:** Pretest y Posttest

Población objetivo de la campaña: General, empresarios, estudiantes, infantil/juvenil, tercera edad y trabajadores

PRODUCTOS Y SERVICIOS DE ECOMMERCE DE CORREOS

Objetivo y sentido: COMUNICAR ACTUALES Y NUEVOS PRODUCTOS DIGITALES CON EL OBJETIVO DE GENERAR TRÁFICO, GENERAR LEADS, APOYO AL RESTO DE DEPARTAMENTO CON EL FIN DE INCREMENTAR LAS VENTAS Y CONTRATACIONES.

Ejecución: Anual **Periodo de ejecución:** Del 1 de enero al 31 de diciembre de 2023

Coste: 6.375.000

SopORTE: Televisión, radio, prensa, revistas, Internet y cine

Difusión: Nacional **Idioma:** Castellano

Población objetivo de la campaña: General, empresarios, estudiantes, infantil/juvenil y trabajadores

PRODUCTOS Y SERVICIOS DE DIVERSIFICACIÓN Y OFICINAS

Objetivo y sentido: DAR A CONOCER LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS PARA FOMENTAR LAS VENTAS Y CONTRATACIONES EN LAS MÁS DE 2.300 OFICINAS DE CORREOS A NIVEL NACIONAL. APOYO/SOPORTE PUBLICITARIO Y DE PRODUCCIÓN PARA TODAS LAS ÁREAS DE LA COMPAÑÍA. DIFUSIÓN DE LOS NUEVOS LANZAMIENTOS.

Ejecución: Anual **Periodo de ejecución:** Del 1 de enero al 31 de diciembre de 2023

Coste: 1.680.000

SopORTE: Televisión, radio, prensa, revistas e Internet

Difusión: Nacional **Idioma:** Castellano

Población objetivo de la campaña: General, empresarios, estudiantes, infantil/juvenil y trabajadores

MINISTERIO DE HACIENDA Y FUNCIÓN PÚBLICA



SOCIEDAD ESTATAL CORREOS Y TELÉGRAFOS, S.A. (SEPI)

PATROCINIOS DE CORREOS EN 2023

Objetivo y sentido: EJECUCIÓN, DIFUSIÓN Y EXPLOTACIÓN DE LOS DIFERENTES PATROCINIOS LLEVADOS A CABO POR LA COMPAÑÍA CON EL OBJETIVO DE INCREMENTAR Y MEJORAR EL POSICIONAMIENTO DE IMAGEN DE CORREOS COMO EMPRESA LOGÍSTICA, SOSTENIBLE Y DIGITAL. APOYAR A OTRAS ÁREAS DE CORREOS EN LA CONSECUCCIÓN DE SUS OBJETIVOS COMERCIALES Y DE NEGOCIO.

Ejecución: Anual **Periodo de ejecución:** Del 1 de enero al 31 de diciembre de 2023

Coste: 1.343.100

SopORTE: Otras herramientas: patrocinios

Difusión: Nacional **Idioma:** Castellano

Población objetivo de la campaña: General, empresarios y trabajadores



SOCIEDAD ESTATAL DE LOTERÍAS Y APUESTAS DEL ESTADO, S.A.

JUEGOS ACTIVOS Y PASIVOS (EUROMILLONES, LA PRIMITIVA, LOTOS, APUESTAS DEPORTIVAS, LOTERÍA NACIONAL, SORTEOS DE NAVIDAD, EL NIÑO E INSTITUCIONAL DE IMAGEN DE MARCA DE SELAE)

Objetivo y sentido: DIFUSIÓN E INFORMACIÓN DE ESTOS SORTEOS ENTRE EL PÚBLICO MAYOR DE 18 AÑOS.

Ejecución: Anual **Periodo de ejecución:** Del 1 de enero al 31 de diciembre de 2023

Coste: 46.192.773

SopORTE: Televisión, radio, prensa, revistas Internet y exterior

Difusión: Nacional **Idioma:** Castellano, catalán, gallego y euskera

Población objetivo de la campaña: General



TRAGSA (SEPI)

PUBLICIDAD Y COMUNICACIÓN DE TRAGSA

Objetivo y sentido: VISIBILIDAD, REPUTACIÓN E IMAGEN DE MARCA.

Ejecución: Anual **Periodo de ejecución:** Del 1 de enero al 31 de diciembre de 2023

Coste: 183.885

SopORTE: Radio, prensa, revistas, Internet y otras herramientas

Difusión: Nacional **Idioma:** Castellano

Población objetivo de la campaña: Administraciones públicas

MINISTERIO DE TRANSPORTES, MOVILIDAD Y AGENDA URBANA



AENA, S.A.

CAMPAÑA DE POSICIONAMIENTO DE MARCA

Objetivo y sentido: POSICIONAR A AENA COMO UNA EMPRESA NECESARIA PARA LA SOCIEDAD Y EL DESARROLLO DE LOS TERRITORIOS A TRAVÉS DE UNA MARCA FUERTE, RECONOCIBLE Y ASOCIADA A LOS VALORES DE LA COMPAÑÍA.

Ejecución: Anual **Periodo de ejecución:** Del 1 de enero al 31 de diciembre de 2023

Coste: 13.310.000

SopORTE: Televisión, radio, prensa, revistas, Internet, exterior y cine

Difusión: Nacional **Idioma:** Castellano, catalán, gallego, euskera, valenciano e inglés

Población objetivo de la campaña: General

PROMOCIÓN DE LOS SERVICIOS GESTIONADOS EN PROPIO (APARCAMIENTOS, SERVICIOS VIP, PROYECTOS DIGITALES, WIFI, CLUB DE FIDELIZACIÓN) DE LA RED DE AEROPUERTOS DE AENA

Objetivo y sentido: PROMOCIONAR LOS APARCAMIENTOS ENTRE LOS USUARIOS DE LOS AEROPUERTOS, EN DISTINTAS FECHAS A LO LARGO DEL AÑO, CON EL OBJETIVO DE AUMENTAR LAS RESERVAS E INGRESOS COMERCIALES, LA GESTIÓN DE LAS CAMPAÑAS Y LA PRODUCCIÓN Y PROMOCIÓN DE LOS ELEMENTOS NECESARIOS PARA EL RESTO DE NEGOCIOS EN PROPIO (PROYECTOS DIGITALES, SERVICIOS VIP, WIFI, CLUB DE FIDELIZACIÓN).

Ejecución: Anual **Periodo de ejecución:** Del 1 de enero al 31 de diciembre de 2023

Coste: 4.020.178

SopORTE: Televisión, radio, prensa, revistas, Internet y otras herramientas: redes sociales

Difusión: Nacional **Idioma:** Castellano, catalán, gallego, euskera, valenciano e inglés

Población objetivo de la campaña: General

Medidas accesibilidad: Subtitulación

COMUNICACIÓN DE LOS SERVICIOS DE CARGA AÉREA

Objetivo y sentido: PRESENTAR AENA COMO EMPRESA DE REFERENCIA TAMBIÉN DENTRO DEL SECTOR DE LA CARGA AÉREA. MAXIMIZAR LA VISIBILIDAD DE AENA CON OCASIÓN DE SU PARTICIPACIÓN EN EVENTOS, EN ACTOS Y EN FERIAS, PARA OPTIMIZAR EL IMPACTO DE SU PRESENCIA EN LOS MISMOS. PROMOCIONAR LOS AEROPUERTOS DE LA RED PARA ATRAER NUEVOS CLIENTES.

Ejecución: Anual **Periodo de ejecución:** Del 1 de enero al 31 de diciembre de 2023

Coste: 48.400

SopORTE: Radio, revistas, Internet y otras herramientas: redes sociales

Difusión: Internacional **Idioma:** Castellano e inglés

Población objetivo de la campaña: General

Medidas accesibilidad: Subtitulación

MINISTERIO DE TRANSPORTES, MOVILIDAD Y AGENDA URBANA



CENTRO NACIONAL DE INFORMACIÓN GEOGRÁFICA (CNIG)

DIFUSIÓN DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS DEL IGN Y CNIG

Objetivo y sentido: PROMOCIONAR LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS DEL INSTITUTO GEOGRÁFICO NACIONAL Y DEL O.A. CENTRO NACIONAL DE INFORMACIÓN GEOGRÁFICA EN REVISTAS DEL SECTOR Y A TRAVÉS DE LAS REDES SOCIALES.

Ejecución: Anual **Periodo de ejecución:** Del 1 de enero al 31 de diciembre de 2023

Coste: 19.228

SopORTE: Revistas e Internet

Difusión: Nacional **Idioma:** Castellano

Población objetivo de la campaña: General



ENAIRE

INSERCIONES PUBLICITARIAS GENÉRICAS DE ENAIRE

Objetivo y sentido: DAR A CONOCER EL PLAN DE VUELO 2025 DE ENAIRE CON SUS PLANES DE ACTUACIÓN EN MATERIA DE SEGURIDAD, SOSTENIBILIDAD, EFICIENCIA, DIGITALIZACIÓN, CIELO ÚNICO EUROPEO, DESARROLLO DEL PROYECTO SOBRE DRONES U-SPACE Y APOYO A LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA EN MEDIOS ESPECIALIZADOS, ASÍ COMO OTRAS ACCIONES DE COMUNICACIÓN DE APOYO Y ESTÍMULO AL SECTOR DEL TRANSPORTE AÉREO EN MEDIOS DE CARÁCTER GENERAL Y CAMPAÑAS EN MATERIA DE INTERNACIONALIZACIÓN.

Ejecución: Anual **Periodo de ejecución:** Del 1 de enero al 31 de diciembre de 2023

Coste: 84.700

SopORTE: Revistas e Internet

Difusión: Nacional **Idioma:** Castellano

Población objetivo de la campaña: General



ENTIDAD PÚBLICA EMPRESARIAL DE SUELO (SEPES)

ACCIONES DE DIFUSIÓN DE ACTUACIONES INMOBILIARIAS CONCRETAS

Objetivo y sentido: FAVORECER EL CONOCIMIENTO DEL PÚBLICO DE LAS NUEVAS ACTUACIONES PUESTAS EN VENTA ASÍ COMO DE LAS ACTUALIZACIONES DE CONDICIONES DE LAS YA COMERCIALIZADAS.

Ejecución: Anual **Periodo de ejecución:** A determinar

Coste: 169.400

SopORTE: A determinar

Difusión: Provincial **Idioma:** Castellano, catalán, gallego, euskera e inglés **Evaluación:** Posttest

Población objetivo de la campaña: General y empresarios

Medidas accesibilidad: Subtitulación

Observaciones: El ámbito de difusión de cada campaña será local, provincial o autonómico en función de las características de la actuación a difundir. Se espera que se realicen en varias localizaciones por todo el territorio.

MINISTERIO DE TRANSPORTES, MOVILIDAD Y AGENDA URBANA

 **ENTIDAD PÚBLICA EMPRESARIAL DE SUELO (SEPES)**

RELANZAMIENTO DE MARCA SEPES

Objetivo y sentido: RECUPERAR LA IMAGEN PÚBLICA DE SEPES COMO AGENTE URBANIZADOR A NIVEL NACIONAL PONIENDO DE RELIEVE TANTO SU ESPECIAL PARTICIPACIÓN EN EL PLAN DE VIVIENDA DE ALQUILER ASEQUIBLE COMO SU INFLUENCIA EN LA INDUSTRIALIZACIÓN CON UNA AMPLIA CARTERA DE SUELOS PRODUCTIVOS.

Ejecución: Anual **Periodo de ejecución:** A determinar

Coste: 169.400

Soporte: A determinar

Difusión: Nacional **Idioma:** Castellano, catalán, gallego, euskera e inglés

Población objetivo de la campaña: General y empresarios

Medidas accesibilidad: Subtitulación

 **PUERTOS DEL ESTADO**

LOS PUERTOS, NUDOS ESENCIALES DEL TRANSPORTE Y LA LOGÍSTICA, AL SERVICIO DE LA ECONOMÍA

Objetivo y sentido: PONER EN VALOR EL PAPEL DE LOS PUERTOS EN EL TRANSPORTE Y LA LOGÍSTICA AL SERVICIO DE LA ECONOMÍA.

Ejecución: Anual **Periodo de ejecución:** Del 1 de enero al 31 de diciembre de 2023

Coste: 110.000

Soporte: Prensa, revistas e Internet

Difusión: Internacional **Idioma:** Castellano e inglés

Población objetivo de la campaña: General, empresarios y trabajadores

LOS PUERTOS COMO DINAMIZADORES DEL TURISMO Y SU INTEGRACIÓN CON EL TERRITORIO

Objetivo y sentido: PONER EN VALOR EL PAPEL DE LOS PUERTOS EN EL TURISMO, SU CONTRIBUCIÓN A LA ECONOMÍA AZUL, Y LA INTEGRACIÓN CON LAS CIUDADES QUE LOS ALBERGAN.

Ejecución: Anual **Periodo de ejecución:** Del 1 de enero al 31 de diciembre de 2023

Coste: 50.000

Soporte: Prensa, revistas e Internet

Difusión: Internacional **Idioma:** Castellano e inglés

Población objetivo de la campaña: General, empresarios y trabajadores

MINISTERIO DE TRANSPORTES, MOVILIDAD Y AGENDA URBANA



RENFE VIAJEROS

CAMPAÑA COMERCIAL LIBERALIZACIÓN

Objetivo y sentido: COMUNICAR LOS ATRIBUTOS DIFERENCIADORES DE LA COMPAÑÍA DE CARA A LA COMPETENCIA Y LIBERALIZACIÓN.

Ejecución: Anual **Periodo de ejecución:** A determinar

Coste: 6.000.000

SopORTE: Radio, prensa, Internet y exterior

Difusión: Nacional **Idioma:** Castellano, catalán, gallego, euskera y valenciano

Población objetivo de la campaña: General

ACUERDOS PUBLICITARIOS ASOCIACIONES

Objetivo y sentido: ACUERDOS PUBLICITARIOS, ACTUALMENTE EN NEGOCIACIÓN, CON DIFERENTES ENTIDADES E INSTITUCIONES. INCLUYEN SOPORTES PUBLICITARIOS DE CARÁCTER ANUAL. (LALIGA, FEDERACIONES DE FÚTBOL, BALONCESTO, BALONMANO Y OTROS ORGANISMOS)

Ejecución: Anual **Periodo de ejecución:** A determinar

Coste: 2.400.000

SopORTE: Radio, prensa, Internet y exterior

Difusión: Nacional **Idioma:** Castellano

Población objetivo de la campaña: General

ACUERDOS PUBLICITARIOS RENFE VIAJEROS

Objetivo y sentido: ACUERDOS PUBLICITARIOS Y CAMPAÑAS PUNTUALES DE PRODUCTO DE RENFE VIAJEROS: TARJETAS, FIDELIZACIÓN, OFERTAS, PROMOCIONES, ETC.

Ejecución: Anual **Periodo de ejecución:** A determinar

Coste: 2.000.000

SopORTE: Radio, prensa, Internet y exterior

Difusión: Nacional **Idioma:** Castellano, catalán, gallego y euskera

Población objetivo de la campaña: General

AVE NUEVAS LÍNEAS Y SERVICIOS

Objetivo y sentido: COMUNICAR EL NUEVO SERVICIO DE ALTA VELOCIDAD CON LOS BENEFICIOS PARA EL USUARIO. NUEVOS DESTINOS: MURCIA, SANTIAGO, A CORUÑA, VIGO, CADIZ Y ASTURIAS.

Ejecución: Anual **Periodo de ejecución:** A determinar

Coste: 970.000

SopORTE: Televisión, radio, prensa e Internet

Difusión: Regional **Idioma:** Castellano, gallego y valenciano

Población objetivo de la campaña: General

MINISTERIO DE TRANSPORTES, MOVILIDAD Y AGENDA URBANA



RENFE VIAJEROS

AVLO NUEVAS LÍNEAS Y SERVICIOS

Objetivo y sentido: COMUNICAR LA LLEGADA DE AVLO A ALICANTE, SEVILLA, MÁLAGA, VALENCIA.**Ejecución:** Anual **Periodo de ejecución:** A determinar**Coste:** 725.000**Soporte:** Radio, prensa, Internet y exterior**Difusión:** Autonómica **Idioma:** Castellano y valenciano**Población objetivo de la campaña:** General

"TRANSFORMEM RODALIES"

Objetivo y sentido: COMUNICAR LA SITUACIÓN DE LAS OBRAS EN RODALIES DE CATALUÑA Y LOS DIFERENTES HITOS QUE SE VAYAN PRODUCIENDO.**Ejecución:** Anual **Periodo de ejecución:** A determinar**Coste:** 700.000**Soporte:** Radio, prensa, Internet y exterior**Difusión:** Autonómica **Idioma:** Castellano y catalán**Población objetivo de la campaña:** General

BRANDED CONTENT

Objetivo y sentido: COMUNICAR ATRIBUTOS DIFERENCIALES DE SERVICIOS RENFE EN DIFERENTES COMUNIDADES. LOS CONTENIDOS ESTÁN MARCADOS POR LA ACTUALIDAD.**Ejecución:** Anual **Periodo de ejecución:** A determinar**Coste:** 600.000**Soporte:** Prensa, revistas e Internet**Difusión:** Nacional **Idioma:** Castellano, catalán, gallego, euskera y valenciano**Población objetivo de la campaña:** General

CONTENIDOS REDES SOCIALES

Objetivo y sentido: ACCIONES DIARIAS Y CONTENIDOS EN REDES SOCIALES COMUNICANDO LA ACTUALIDAD DE LA COMPAÑÍA.**Ejecución:** Anual **Periodo de ejecución:** A determinar**Coste:** 600.000**Soporte:** Otras herramientas: redes sociales**Difusión:** Nacional **Idioma:** Castellano, catalán, gallego, euskera y valenciano**Población objetivo de la campaña:** General

MINISTERIO DE TRANSPORTES, MOVILIDAD Y AGENDA URBANA



RENFE VIAJEROS

CAMPAÑA ABONOS

Objetivo y sentido: COMUNICAR LA GRATUIDAD Y CONDICIONES DEL ABONO GRATUITO.**Ejecución:** Anual **Periodo de ejecución:** A determinar**Coste:** 600.000**SopORTE:** Radio, prensa, Internet y exterior**Difusión:** Nacional **Idioma:** Castellano, catalán, gallego, euskera y valenciano**Población objetivo de la campaña:** General

CAMPAÑA VERANO 2023

Objetivo y sentido: COMUNICAR LAS OFERTAS COMERCIALES DE CARA AL VERANO, INFORMANDO DEL INCREMENTO DE TRENES EN DESTINOS CON GRAN ESTACIONALIDAD.**Ejecución:** Anual **Periodo de ejecución:** A determinar**Coste:** 600.000**SopORTE:** Radio, prensa, Internet y exterior**Difusión:** Autonómica **Idioma:** Castellano, catalán, gallego, euskera y valenciano**Población objetivo de la campaña:** General

LLEGADA ALVIA

Objetivo y sentido: COMUNICACIÓN DE NUEVOS SERVICIOS ALVIA: ZARAGOZA, TERUEL, SALAMANCA.**Ejecución:** Anual **Periodo de ejecución:** A determinar**Coste:** 500.000**SopORTE:** Radio, prensa, Internet y exterior**Difusión:** Autonómica **Idioma:** Castellano**Población objetivo de la campaña:** General

REBAJAS

Objetivo y sentido: COMUNICAR DESCUENTOS EN VIAJES EN DIFERENTES CORREDORES.**Ejecución:** Anual **Periodo de ejecución:** A determinar**Coste:** 400.000**SopORTE:** Radio, prensa e Internet**Difusión:** Nacional **Idioma:** Castellano, catalán, gallego, euskera y valenciano**Población objetivo de la campaña:** General

MINISTERIO DE INDUSTRIA, COMERCIO Y TURISMO



CESCE (GRUPO PATRIMONIO)

CAMPAÑA DE PRODUCTOS CESCE

Objetivo y sentido: PROMOCIONAR PRODUCTOS CESCE (SEGUROS, CRÉDITOS, PÓLIZAS, FINANCIACIÓN).

Ejecución: Anual

Periodo de ejecución: Del 1 de enero al 31 de diciembre de 2023

Coste: 1.064.800

Soporte: Radio, prensa, revistas, Internet y exterior

Difusión: Nacional

Idioma: Castellano

Población objetivo de la campaña: Empresarios

EMPRESA NACIONAL DE INNOVACIÓN, S.A.
(ENISA - GRUPO PATRIMONIO)

LÍNEAS ENISA 2023

Objetivo y sentido: DIFUSIÓN DE LAS LÍNEAS DE FINANCIACIÓN DIRIGIDAS A PYMES Y EMPRENDEDORES Y VISIBILIDAD DE LA MARCA ENISA.

Ejecución: Anual

Periodo de ejecución: A determinar

Coste: 300.000

Soporte: Radio, prensa e Internet

Difusión: Nacional

Idioma: Castellano

Evaluación: Pretest y Postest

Población objetivo de la campaña: Empresarios



ESCUELA DE ORGANIZACIÓN INDUSTRIAL (EOI)

CAMPAÑA ANUAL DE COMERCIALIZACIÓN DE CURSOS Y POSGRADOS EN ABIERTO
DE LA ESCUELA DE ORGANIZACIÓN INDUSTRIAL

Objetivo y sentido: COMERCIALIZACIÓN EN MEDIOS IMPRESOS, DIGITALES Y AUDIOVISUALES, EVENTOS Y CONTENIDOS DE LA OFERTA ACADÉMICA 2022 / 2023 DE LA ESCUELA.

Ejecución: Anual

Periodo de ejecución: Del 1 de enero al 31 de diciembre de 2023

Coste: 552.235,53

Soporte: Televisión, radio, prensa, revistas, Internet, cine y otras herramientas: eventos, seminarios, publicación de contenidos a medida

Difusión: Nacional

Idioma: Castellano

Evaluación: Postest

Población objetivo de la campaña: General, empresarios, estudiantes y trabajadores

Medidas accesibilidad: Subtitulación

Observaciones: La campaña suele corresponder a los meses más activos de inscripciones (marzo y octubre) si bien, a lo largo de todo el año se realizan actividades de recuerdo.

MINISTERIO DE INDUSTRIA, COMERCIO Y TURISMO



INSTITUTO DE TURISMO DE ESPAÑA (TURESPAÑA)

CAMPAÑAS INTERNACIONALES DE TURESPAÑA EN 2023

Objetivo y sentido: MANTENER LA SENDA DE RECUPERACIÓN DE LAS CIFRAS DE VISITANTES EXTRANJEROS Y SU NIVEL DE GASTO PREVIOS A LA PANDEMIA, SELECCIONANDO LOS SOPORTES ADECUADOS PARA ACCEDER A LOS MERCADOS QUE MÁS PUEDEN CONTRIBUIR CON UN TURISMO MÁS RENTABLE Y QUE CONTRIBUYA A LA SOSTENIBILIDAD DE LOS DESTINOS ESPAÑOLES.

Ejecución: Anual **Periodo de ejecución:** Del 1 de enero al 31 de diciembre de 2023

Coste: 9.200.000

SopORTE: Prensa, revistas e Internet

Difusión: Internacional **Idioma:** Castellano, inglés, francés, alemán, italiano y neerlandés **Evaluación:** Postest

Población objetivo de la campaña: General

Observaciones: Una parte de las campañas se dedicará a promocionar España como destino de turismo cultural coincidiendo con el 50 aniversario de la muerte de Pablo Picasso y los eventos y exposiciones que se van a celebrar en España para celebrar la efeméride.



PARADORES DE TURISMO DE ESPAÑA (GRUPO PATRIMONIO)

VUELVE A SOÑAR

Objetivo y sentido: DAR A CONOCER LA SINGULARIDAD DE LA OFERTA COMERCIAL DE PARADORES Y GENERAR VENTAS ENTRE SUS DISTINTOS PÚBLICOS ASÍ COMO PONER EN VALOR LOS ATRIBUTOS DIFERENCIALES Y POSITIVOS DE LA MARCA.

Ejecución: Anual **Periodo de ejecución:** Del 1 de enero al 31 de diciembre de 2023

Coste: 3.690.500

SopORTE: Radio, prensa, revistas, Internet y exterior

Difusión: Nacional e Internacional **Idioma:** Castellano

Población objetivo de la campaña: General

MINISTERIO DE AGRICULTURA, PESCA Y ALIMENTACIÓN



EXPASA AGRICULTURA Y GANADERÍA S.M.E., S.A. (GRUPO PATRIMONIO)

VISITA A LAS INSTALACIONES DE EXPASA

Objetivo y sentido: DIFUNDIR Y ATRAER PÚBLICO AL PROGRAMA DE VISITAS DE LAS INSTALACIONES.

Ejecución: Anual **Periodo de ejecución:** Del 1 de enero al 31 de diciembre de 2023

Coste: 8.246,15

SopORTE: Prensa, revistas, Internet y otras herramientas: planos, folletos, etc...

Difusión: Nacional **Idioma:** Castellano

Población objetivo de la campaña: General

MINISTERIO PARA LA TRANSICIÓN ECOLÓGICA Y EL RETO DEMOGRÁFICO



FUNDACIÓN CIUDAD DE LA ENERGÍA - CIUDEN, F.S.P.

DIFUSIÓN DE ACTIVIDADES EN LA FÁBRICA DE LUZ. MUSEO DE LA ENERGÍA

Objetivo y sentido: DIFUSIÓN DE LA ACTIVIDAD CULTURAL PROMOVIDA DESDE EL MUSEO EN EL PRIMER SEMESTRE CON EL OBJETIVO DE DAR A CONOCER SU PROGRAMACIÓN Y CAPTAR VISITANTES.

Ejecución: Anual **Periodo de ejecución:** Del 1 de enero al 30 de junio de 2023

Coste: 22.000

Soporte: Televisión, radio, prensa e Internet

Difusión: Provincial **Idioma:** Castellano

Población objetivo de la campaña: General

MINISTERIO DE CULTURA Y DEPORTE

DIRECCIÓN GENERAL DE PATRIMONIO CULTURAL Y BELLAS ARTES

PROMOCIÓN DE LA RED DE MUSEOS ESTATALES, DE SUS EXPOSICIONES TEMPORALES Y PROGRAMACIÓN CULTURAL

Objetivo y sentido: DAR A CONOCER LOS MUSEOS DEPENDIENTES DE LA DIRECCIÓN GENERAL DE PATRIMONIO CULTURAL Y BELLAS ARTES Y APOYAR LA DIFUSIÓN Y COMUNICACIÓN DE LAS EXPOSICIONES TEMPORALES POR ELLOS DESARROLLADAS.

Ejecución: Anual **Periodo de ejecución:** Del 1 de enero al 31 de diciembre de 2023

Coste: 48.000

Soporte: Prensa, revistas, Internet y exterior

Difusión: Nacional **Idioma:** Castellano

Población objetivo de la campaña: General

Medidas accesibilidad: Criterios de accesibilidad web y lectura fácil

INSTITUTO NACIONAL DE LAS ARTES ESCÉNICAS Y DE LA MÚSICA (INAEM)



PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN DE LAS ARTES ESCÉNICAS Y DE LA MÚSICA A TRAVÉS DE LAS PROGRAMACIONES ARTÍSTICAS Y CENTROS DE PRODUCCIÓN DEPENDIENTES DEL INAEM

Objetivo y sentido: PROMOVER Y DIFUNDIR LAS ARTES ESCÉNICAS Y DE LA MÚSICA DE LOS CENTROS ARTÍSTICOS DEPENDIENTES DEL INAEM, ASÍ COMO LAS ACTIVIDADES QUE EL INSTITUTO DESARROLLA PARA ESTA PROMOCIÓN.

Ejecución: Anual **Periodo de ejecución:** Del 1 de enero al 31 de diciembre de 2023

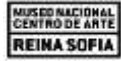
Coste: 1.645.000

Soporte: Televisión, radio, prensa, revistas, Internet y exterior

Difusión: Nacional **Idioma:** Castellano

Población objetivo de la campaña: General

MINISTERIO DE CULTURA Y DEPORTE



MUSEO NACIONAL CENTRO DE ARTE REINA SOFÍA

EXPOSICIONES Y ACTIVIDADES CULTURALES DEL MUSEO REINA SOFÍA

Objetivo y sentido: DAR VISIBILIDAD A LA INSTITUCIÓN CON EL OBJETIVO DE ATRAER VISITANTES A LOS DIFERENTES ESPACIOS EXPOSITIVOS Y A LAS ACTIVIDADES CULTURALES QUE SE LLEVAN A CABO.

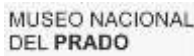
Ejecución: Anual **Periodo de ejecución:** Del 1 de enero al 31 de diciembre de 2023

Coste: 80.000

SopORTE: Prensa, revistas, Internet y exterior

Difusión: Nacional **Idioma:** Castellano

Población objetivo de la campaña: General, empresarios, estudiantes, infantil/juvenil, tercera edad y trabajadores



MUSEO NACIONAL DEL PRADO

DIFUSIÓN DE EXPOSICIONES Y ACTIVIDADES DEL MUSEO NACIONAL DEL PRADO

Objetivo y sentido: DAR A CONOCER AL PÚBLICO LAS EXPOSICIONES Y ACTIVIDAD DEL MUSEO DEL PRADO.

Ejecución: Anual **Periodo de ejecución:** Del 1 de enero al 31 de diciembre de 2023

Coste: 938.000

SopORTE: Radio, prensa, revistas, Internet, exterior, cine, marketing y otras herramientas: medios digitales, audio y tv streaming

Difusión: Nacional **Idioma:** Castellano

Población objetivo de la campaña: General

MINISTERIO DE ASUNTOS ECONÓMICOS Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL



INSTITUTO DE CRÉDITO OFICIAL (ICO)

PRODUCTOS FINANCIACIÓN ICO

Objetivo y sentido: PROMOCIONAR LOS DIFERENTES PRODUCTOS Y PROGRAMAS DE FINANCIACIÓN DE ICO.

Ejecución: Anual **Periodo de ejecución:** Del 1 de enero al 31 de diciembre de 2023

Coste: 3.053.832,42

SopORTE: Radio, prensa, revistas, Internet y exterior

Difusión: Nacional **Idioma:** Castellano, catalán, gallego y euskera

Población objetivo de la campaña: Empresarios

Medidas accesibilidad: Subtitulación

Observaciones: Se realizaran distintas acciones a lo largo del año para publicitar los distintos productos de financiación ICO

MINISTERIO DE ASUNTOS ECONÓMICOS
 Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL



INSTITUTO DE CRÉDITO OFICIAL (ICO)

ANUNCIOS EN MEDIOS INTERNACIONALES

Objetivo y sentido: ANUNCIOS EN REVISTAS INTERNACIONALES Y MEDIOS ON-LINE ESPECIALIZADOS EN MERCADOS DE CAPITAL Y NÚMEROS ESPECIALES RELACIONADOS CON EMISIONES Y FINANCIACIÓN SOSTENIBLES.

Ejecución: Anual **Periodo de ejecución:** Del 1 de enero al 31 de diciembre de 2023

Coste: 301.512,5

SopORTE: Revistas e Internet

Difusión: Internacional **Idioma:** Inglés

Población objetivo de la campaña: Inversores

MINISTERIO DE UNIVERSIDADES



UNIVERSIDAD INTERNACIONAL MENÉNDEZ-PELAYO
 (UIMP)

DIFUSIÓN DE LAS ACTIVIDADES ACADÉMICAS DESARROLLADAS POR LA UNIVERSIDAD INTERNACIONAL MENÉNDEZ PELAYO (UIMP)

Objetivo y sentido: DAR A CONOCER Y FOMENTAR LA MATRICULACIÓN EN LAS ACTIVIDADES DESARROLLADAS POR LA UIMP EN TODAS SUS SEDES: CURSOS DE VERANO, CURSOS BREVES, ESTUDIOS DE POSGRADO, CURSOS DE IDIOMAS O ACTIVIDADES CULTURALES.

Ejecución: Anual **Periodo de ejecución:** Del 1 de enero al 31 de diciembre de 2023

Coste: 103.484,04

SopORTE: Radio, prensa, internet, marketing: buscadores y relaciones públicas

Difusión: Nacional **Idioma:** Castellano

Población objetivo de la campaña: General



UNIVERSIDAD NACIONAL DE EDUCACIÓN A DISTANCIA
 (UNED)

SERVICIO DE PUBLICIDAD Y COMUNICACIÓN DE LA OFERTA FORMATIVA DE LA UNED

Objetivo y sentido: INFORMAR SOBRE LAS PROPUESTAS EDUCATIVAS DE LA UNED PARA 2023.

Ejecución: Anual **Periodo de ejecución:** Del 1 de enero al 31 de diciembre de 2023

Coste: 200.000

SopORTE: Televisión, radio, prensa, Internet y marketing

Difusión: Nacional **Idioma:** Castellano **Evaluación:** Postest

Población objetivo de la campaña: General

Medidas accesibilidad: Subtitulación