

Informe de Publicidad y Comunicación Institucional 2007

Comisión de Publicidad
y Comunicación Institucional



Informe de Publicidad y Comunicación Institucional 2007

Índice:

| | | |
|-------|--|---------|
| I. | Introducción..... | Pág. 2 |
| II. | Principales magnitudes y comparativas..... | Pág. 4 |
| II.1 | Comparativa con las previsiones contenidas en el Plan de Publicidad y Comunicación Institucional 2007 | Pág. 4 |
| II.2 | Comparativa con el Informe 2006. Datos principales | Pág. 12 |
| III. | Prioridades de publicidad y comunicación institucional | Pág. 15 |
| IV. | Distribución por ministerios..... | Pág. 16 |
| V. | Distribución por objetivos..... | Pág. 18 |
| VI. | Ranking de campañas..... | Pág. 20 |
| VII. | Distribución de las herramientas de comunicación empleadas | Pág. 22 |
| VIII. | Campañas comerciales no sujetas a la Ley..... | Pág. 26 |

Anexos:

Anexo 1: Relación de Campañas Institucionales 2007

| | | |
|---|---|---------|
| ▪ | Ministerio de la Presidencia | Pág. 28 |
| ▪ | Ministerio de Economía y Hacienda | Pág. 30 |
| ▪ | Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación | Pág. 33 |
| ▪ | Ministerio de Justicia | Pág. 34 |
| ▪ | Ministerio de Defensa | Pág. 35 |
| ▪ | Ministerio del Interior..... | Pág. 35 |
| ▪ | Ministerio de Fomento | Pág. 40 |
| ▪ | Ministerio de Educación y Ciencia..... | Pág. 46 |
| ▪ | Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales..... | Pág. 48 |
| ▪ | Ministerio de Industria, Turismo y Comercio | Pág. 52 |
| ▪ | Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación | Pág. 58 |
| ▪ | Ministerio de Administraciones Públicas..... | Pág. 61 |
| ▪ | Ministerio de Cultura..... | Pág. 62 |
| ▪ | Ministerio de Sanidad y Consumo..... | Pág. 65 |
| ▪ | Ministerio de Medio Ambiente..... | Pág. 68 |
| ▪ | Ministerio de Vivienda | Pág. 74 |

I. Introducción

La Ley 29/2005, de 29 de diciembre, de Publicidad y Comunicación Institucional, atribuye a la Comisión de Publicidad y Comunicación Institucional creada por ella (artículo 11), la planificación, asistencia técnica, evaluación y coordinación de las actividades en la materia que lleve a cabo la Administración General del Estado y las demás entidades integrantes del sector público estatal.

A su vez, la mencionada Ley establece con claridad y con carácter general cuatro objetivos fundamentales: **transparencia**, mediante la habilitación de fórmulas que den a conocer todas las actividades de publicidad y de comunicación; **profesionalización** de la planificación, ejecución y evaluación de las campañas, para asegurar el máximo aprovechamiento de los recursos públicos; **utilidad pública** para que las campañas sirvan a sus destinatarios legítimos, que son los ciudadanos, y no a quien las promueve, facilitando la accesibilidad a las personas con discapacidad y la pluralidad lingüística de las campañas; y **lealtad institucional**, prohibiendo las campañas que menoscaben, obstaculicen o perturben las políticas públicas o la actividad de otras Administraciones.

En el marco de su función de evaluación y para la consecución del objetivo relativo a la transparencia de la actuación de la Administración General del Estado en materia de publicidad y comunicación institucional, la Ley obliga al Gobierno, y a su vez encomienda a la Comisión de Publicidad y Comunicación Institucional, la elaboración anual de un Informe en el que se recojan las campañas llevadas a cabo el año anterior, en los siguientes términos:

“Artículo 14. Informe anual de publicidad y comunicación.

El Gobierno elaborará un informe anual de publicidad y de comunicación institucional en el que se incluirán todas las campañas institucionales previstas en esta Ley, su importe, los adjudicatarios de los contratos celebrados y, en el caso de las campañas publicitarias, los planes de medios correspondientes.

Este informe se remitirá a las Cortes Generales en el primer período de sesiones de cada año y será puesto a disposición de todas las organizaciones profesionales del sector”.

De acuerdo con el mandato legal estas páginas configuran el segundo Informe anual de Publicidad y Comunicación Institucional, correspondiente al año 2007.

La Ley establece que el Gobierno elaborará un informe anual de publicidad y comunicación institucional

La Ley se plantea el objetivo legal de la transparencia mediante el conocimiento de las campañas ejecutadas

En el presente informe se incluyen los importes, los adjudicatarios de los contratos y los planes de medios correspondientes a las campañas institucionales llevadas a cabo durante el año 2007

En el presente Informe se han recogido todas las campañas institucionales de publicidad y de comunicación contratadas durante el año 2007 por todos los ministerios y las entidades a ellos adscritas, con especificación, tal y como requiere la Ley, de su importe, los adjudicatarios de los contratos celebrados y, en su caso, los planes de medios correspondientes.

Por último, el Informe reserva un apartado final en el que se recogen de forma sucinta las campañas de carácter comercial, industrial o mercantil que ha llevado a cabo la Administración General del Estado durante el año 2007, pero que no entran dentro del ámbito de aplicación de la Ley de Publicidad y Comunicación Institucional.

II. Principales magnitudes y comparativas

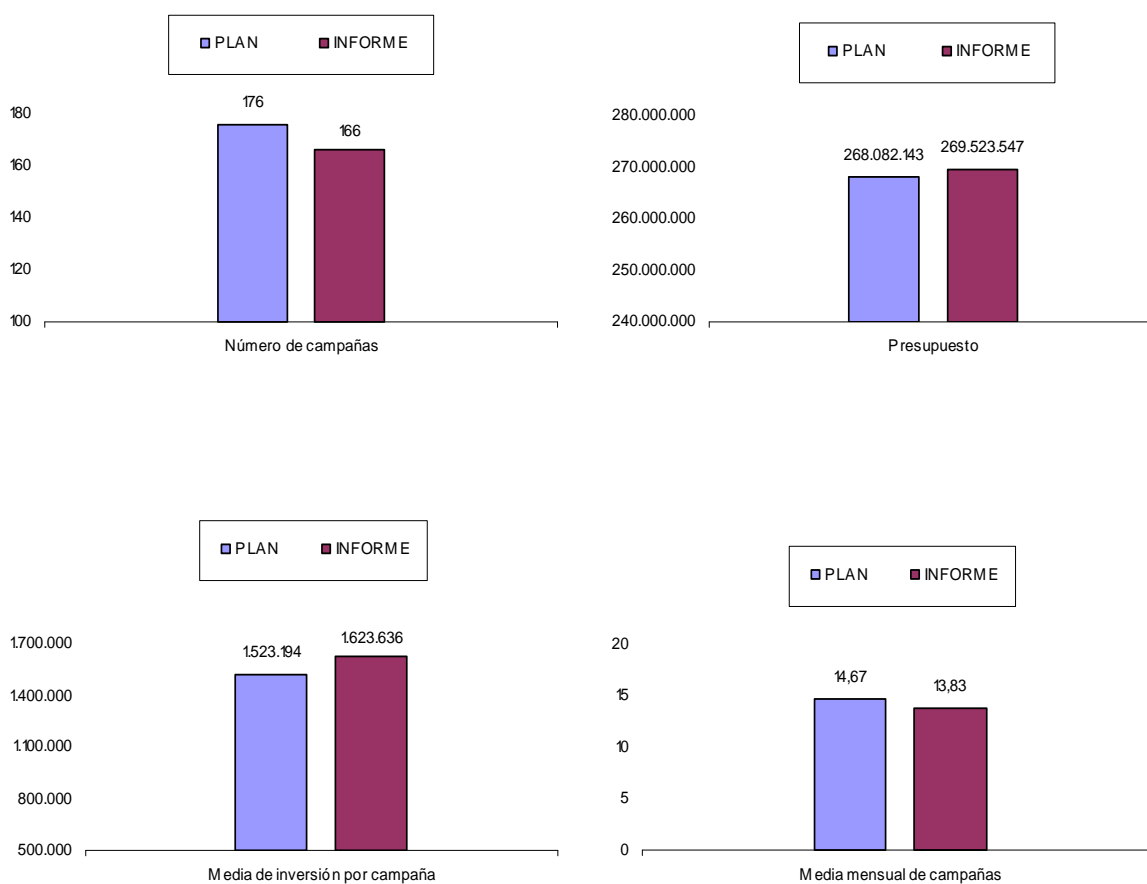
II.1 Comparativa con las previsiones contenidas en el Plan de Publicidad y Comunicación Institucional 2007

De acuerdo con los datos aportados por todos los Departamentos Ministeriales la inversión total realizada en materia de publicidad y comunicación institucional en el año 2007 ha sido de 269,5 millones de euros, un 0,5% más de lo que se había previsto en un principio y que quedó recogido en el Plan de Publicidad y Comunicación Institucional 2007 (Plan 2007).

La inversión en publicidad y comunicación institucional en el año 2007 ha sido de 269,5 millones de euros repartidos en 166 campañas

Por lo que respecta al número de campañas, se han contratado en el año 2007 un total de 166 campañas de publicidad o comunicación, un 5,6% menos que las previstas en el Plan 2007.

La media de inversión por campaña ha sido, a lo largo del año 2007, de 1.623.636 euros y se han contratado una media de 14 campañas al mes, por un importe mensual de 22.460.296 euros.



La comparativa entre el Plan 2007, las previsiones de gasto en publicidad y comunicación institucional, y el Informe 2007, el gasto finalmente realizado, muestra las siguientes cifras: de las 176 campañas previstas en el Plan, 34 no se llevaron finalmente a cabo, con lo cual el presente Informe recoge 142 campañas de las previstas en un principio. El coste previsto de estas 142 campañas era de 248,3 millones de euros, pero finalmente elevaron su coste hasta los 249,7 millones de euros.

Un total de 142 campañas se incluyeron en el Plan y en el presente Informe

De las 142 campañas incluidas en el Plan y recogidas en el presente Informe, 22 campañas no han sufrido modificación alguna en el coste inicialmente previsto en el Plan, 68 campañas han disminuido su coste (entre 0% y 5%, 19 campañas; de 5% a 25%, 21 campañas; y más del 25%, 28 campañas) y 52 campañas han aumentado el coste inicialmente previsto (entre 0% y 5%, 17 campañas; de 5% a 25%, 20 campañas; y más del 25%, 15 campañas).

Un total de 90 campañas han disminuido o no han sufrido variación en su coste

Por su parte, el coste de las 34 campañas que no llegaron a realizarse ascendía a 19,7 millones de euros los cuales finalmente no fueron invertidos.

Respecto del número total de campañas, se produce un ligero descenso de 176 campañas a 166, diez campañas menos de las inicialmente previstas. En cuanto a la distribución por ministerios, en lo que al número total de campañas se refiere, se observa el aumento del número de campañas del Ministerio de Cultura, de 5 a 10. Suben, igualmente, el Ministerio del Interior, de 13 a 15 campañas, el Ministerio de Fomento, de 22 a 23, el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, de 8 a 9, y el Ministerio de Medio Ambiente, de 21 a 22. En relación al descenso del número de campañas inicialmente previstas destaca el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, que pasa de 34 a 26 campañas y el Ministerio de Justicia, de 11 a 4 campañas, mientras que los Ministerios de Economía y Hacienda, Asuntos Exteriores y Cooperación, Educación y Ciencia, Administraciones Públicas y Vivienda realizan una campaña menos de las previstas inicialmente.

Se produce un descenso de diez campañas, con respecto a las inicialmente previstas

La inversión total también aumenta ligeramente de 268 millones de euros inicialmente previstos a 269,5 millones. En cuanto al peso inversor de cada ministerio en el total, el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio continúa manteniéndose en el primer lugar, con un 29,5% del gasto total realizado. Finalmente, la media de inversión prevista por campaña se eleva a 1.623.636 euros.

La inversión total aumenta un 0,5% con respecto a la prevista

En lo que se refiere a las prioridades de publicidad y comunicación institucional en relación con las previsiones de gasto y el gasto finalmente efectuado, es de destacar que no existen grandes diferencias entre el Plan 2007 y el Informe 2007. Destaca el aumento del 15% al 21,5% del gasto total de la partida destinada a la promoción de

En relación con las prioridades no existen grandes diferencias entre el Plan y el Informe 2007

derechos de los ciudadanos. Aumentan también, aunque en menor medida, los porcentajes en materia de hábitos saludables y seguros para la ciudadanía y el cuidado de su entorno (del 30% al 36%), de apoyo al desarrollo de las nuevas tecnologías (del 8% al 10%) y de promoción del turismo (del 14% al 14,5%). Desciende la prioridad en materia de conocimiento por parte de la ciudadanía de las infraestructuras y medios de transporte público existentes (del 14% al 10%) e igualmente desciende el porcentaje destinado a campañas de información sobre oferta de empleo público (del 6% al 5%).

En lo que a la distribución por objetivos se refiere, lo más destacable es la reducción del porcentaje referido al número de campañas cuyo objetivo es el de comunicar programas y actuaciones públicas de relevancia e interés social (artículo 3.1.j de la Ley 29/2005) que pasa del 29,5% en las previsiones del año 2007 al 25,3% en el Informe 2007. En sentido contrario, destaca la ampliación del porcentaje de campañas cuyo objetivo es el de apoyar a sectores económicos españoles en el exterior, promover la comercialización de productos españoles y atraer inversiones extranjeras (artículo 3.1.h de la Ley 29/2005) que sube del 2,8% al 7,2%.

En relación con el ranking de las campañas, no existen grandes variaciones. En el Informe 2007 se mantiene el número de campañas (15) de más de cuatro millones de euros. Continúan en los primeros puestos de esta clasificación las campañas de Turespaña, Seguridad Vial, Reclutamiento, Ley de Dependencia, Medio Ambiente (“El Total es lo que Cuenta”), IDAE (“Promoción de la Energía Solar” y “Ahorro de Energía” que junto a la de “Difusión E4” se unifican pasando a denominarse “Campaña de Sensibilización Ciudadana para el Ahorro de Energía”), dos campañas de Renfe Operadora (“Velocidad a Barcelona, Valladolid y Málaga” y “Alta Velocidad hasta Tarragona y Antequera”), la suma de las dos campañas de Expoagua Zaragoza 2008 (“Bob Dylan” y “Falta un Año”), la del IRPF y la de televisión del FROM.

Reducen su coste hasta situarse por debajo de los 4 millones de euros las campañas de “Cercanías” y “Larga Distancia” de Renfe Operadora (disminuyen el coste en casi dos y un millón de euros respectivamente) y la campaña de “Difusión Ventajas TIC” (que pasa a llamarse “Préstamos Avanza” y reduce su coste cerca de un millón de euros). Por el contrario, aumentan el coste final, hasta situarse por encima de los cuatro millones de euros, las campañas de “Ponle Título a tu Futuro” del Ministerio de Educación y Ciencia, la de “Uso Responsable de Antibióticos” del Ministerio de Sanidad y Consumo, la de “Impulsa TDT” de Red.es y la de “Política de Vivienda”. Igualmente aparece en el ranking de campañas de más de cuatro millones de euros, una campaña sobrevenida del Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales: la “Campaña Contra la Violencia de Género”.

Los objetivos iniciales de las campañas no difieren del Plan con respecto al Informe

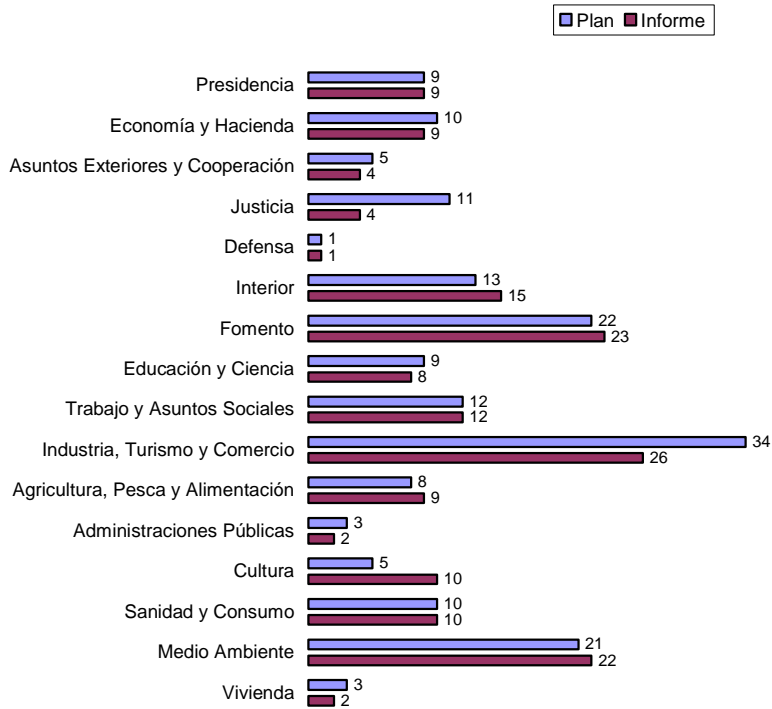
El ranking de las principales campañas se mantiene sin grandes variaciones

Se mantiene el número de campañas de más de cuatro millones de euros

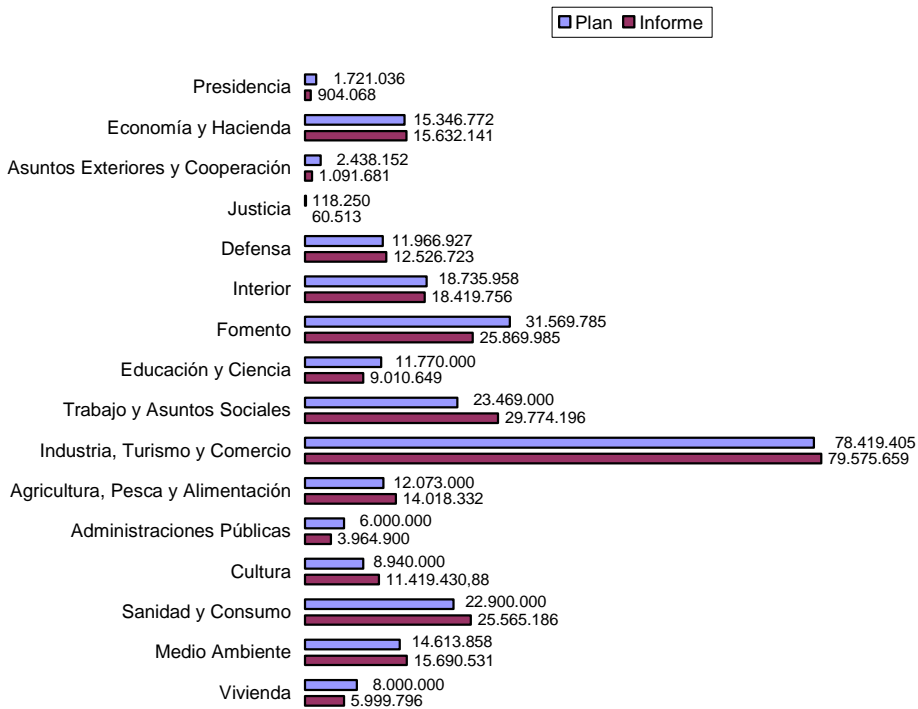
Por último, en lo que respecta a la distribución de las herramientas de comunicación según el número de campañas en las que se han utilizado, han sido Prensa, Radio, Televisión e Internet, por este orden, las herramientas de comunicación más empleadas, a diferencia de lo anticipado en el Plan 2007 donde se recogía que las herramientas más utilizadas serían Prensa, Internet, Radio y Televisión.

Prensa, Radio, Televisión e Internet han sido las herramientas de comunicación más utilizadas

Comparación número de campañas Plan 2007 - Informe 2007



Comparación presupuesto Plan 2007 - Informe 2007



Campañas no Realizadas

| MINISTERIO | ORGANISMO | TITULO CAMPAÑA | COSTE |
|--|---|---|-------------------|
| Economía y Hacienda | AEAT | Información y Asistencia al Ciudadano y Fraude Fiscal | 1.005.772,00 |
| Economía y Hacienda | Parque Minero de Almadén (SEPI) | A determinar | 12.000,00 |
| Asuntos Exteriores y Cooperación | Agencia Española de Cooperación Internacional | A determinar | 1.000.000,00 |
| Justicia | Justicia | Anuncios y Terminaciones de Obras Edificios Judiciales | 6.000,00 |
| Justicia | Justicia | Conferencia Ministros Justicia Europeos | 12.000,00 |
| Justicia | Justicia | Guía de Buenas Prácticas para Adquisición Nacionalidad Española | 6.000,00 |
| Justicia | Justicia | Información sobre Novedades Bibliográficas | 12.000,00 |
| Justicia | Justicia | Información sobre Novedades Bibliográficas | 12.000,00 |
| Justicia | Justicia | Material Promocional del Portal del Ministerio de Justicia | 4.250,00 |
| Justicia | Justicia | Mejoras para el Ciudadano en Trámites Notariales y Registrales | 12.000,00 |
| Justicia | Centro de Estudios Jurídicos | Información sobre Novedades Bibliográficas | 12.000,00 |
| Fomento | Fomento | Prevención en Pasos a Nivel | 750.000,00 |
| Fomento | AENA | Plan Canarias de Infraestructuras Aeroportuarias | 550.000,00 |
| Fomento | Puertos del Estado | Feria Internacional Logística París (Sitl) | 3.000,00 |
| Fomento | Renfe Operadora | Mercancías | 1.000.000,00 |
| Educación y Ciencia | Secretaría General de Educación | Campaña del Maestro | 3.000.000,00 |
| Educación y Ciencia | Secretaría General de Educación | Campaña Becas | 3.000.000,00 |
| Trabajo y Asuntos Sociales | Secretaría de Estado de Servicios Sociales, Familias y Discapacidad | Mediación Familiar | 240.000,00 |
| Trabajo y Asuntos Sociales | Secretaría de Estado de Servicios Sociales, Familias y Discapacidad | Prevención de Malos Tratos a la Infancia | 1.700.000,00 |
| Industria, Turismo y Comercio | Dirección General de Política de la Pequeña y Mediana Empresa | Difusión Programa Innoempresa 2007-2013 | 700.000,00 |
| Industria, Turismo y Comercio | Centro Español de Metrología | Información sobre CEM y Legislación Metrología | 31.000,00 |
| Industria, Turismo y Comercio ⁽¹⁾ | IDAE | Promoción de la Energía Solar Térmica | |
| Industria, Turismo y Comercio ⁽¹⁾ | IDAE | Ahorro de Energía y la Eficiencia Energética | |
| Industria, Turismo y Comercio ⁽¹⁾ | IDAE | Difusión E4 | |
| Industria, Turismo y Comercio | Instituto para la Reestructuración de la Minería del Carbón | A determinar | 300.000,00 |
| Industria, Turismo y Comercio | Oficina Española de Patentes y Marcas | Sensibilización Piratería Industrial | 500.000,00 |
| Industria, Turismo y Comercio | Red.Es | Difusión Sector Tic | 1.000.000,00 |
| Industria, Turismo y Comercio | Red.Es | Internet en el Aula | 1.000.000,00 |
| Administraciones Públicas | INAP | Formación Continua | 1.000.000,00 |
| Cultura | Dirección General de Cooperación y Comunicación | Difusión Internacional de las Instituciones Culturales del Estado | 440.000,00 |
| Medio Ambiente | Confederación Hidrográfica del Duero | Publicidad de Licitación y Adjudicación de Contratos | 15.000,00 |
| Medio Ambiente | Confederación Hidrográfica del Guadiana | Sensibilización y Divulgación del Plan Especial del Alto Guadiana | 180.000,00 |
| Medio Ambiente | Sociedad Estatal Aguas del Júcar S.A. | Júcar- Vinalopó | 252.548,00 |
| Vivienda | Entidad Pública Empresarial de Suelo (SEPES) | Política de Vivienda | 2.000.000,00 |
| TOTAL | | | 19.755.570 |

(1) Estas tres campañas se unifican en una única que pasa a denominarse "Campaña de Sensibilización Ciudadana para el Ahorro de Energía" con un coste igual a la suma del presupuesto previsto de estas tres campañas, por lo que al haberse realizado en una campaña de forma global sus costes no son reflejados en el presente cuadro.

II.1.1 Campañas sobrevenidas

Conviene destacar que con posterioridad a la aprobación del Plan de Publicidad y Comunicación Institucional 2007, se previó la realización de 26 campañas sobrevenidas no incluidas en las previsiones de dicho Plan. Dos de estas campañas sobrevenidas (las dos de ACUAMED adscrito al Ministerio de Medio Ambiente) finalmente no llegaron a realizarse. El coste total de estas 24 campañas sobrevenidas (26, menos dos no realizadas) se eleva a 19.819.407 euros, que se compensa con los 19,7 millones de euros de las campañas que no se llegaron a realizar. En todo caso, lo cierto, como ya se ha puesto de manifiesto a lo largo del presente Informe, es que no se aprecia prácticamente diferencia alguna entre el gasto previsto en el Plan 2007 y el gasto final efectivamente realizado.

Durante el año 2007 se han realizado 24 campañas sobrevenidas de publicidad y comunicación institucional con un coste de 19.819.407 euros

Campañas Sobrevenidas

| MINISTERIO | ORGANISMO | TITULO CAMPAÑA | COSTE |
|-----------------------------------|--|---|-------------------|
| Economía y Hacienda | INE | Publicación Secciones Mesas y Locales Elecciones Locales Parciales 2007 | 11.532,38 |
| Justicia | Abogacía General del Estado | Promoción en las Universidades y Difusión de las Jornadas sobre Derecho, Inmigración e Integración | 22.446,38 |
| Interior | Dirección General de la Policía y Guardia Civil (Guardia Civil) | Ciclo Formativo Descubre la Guardia Civil y Proyección Imagen Institucional | 23.200,00 |
| Interior | Organismo Autónomo de Trabajo Penitenciario y Formación para el Empleo | Acciones de Acompañamiento para la Inserción y la Orientación Laboral - 2007 | 7.043,50 |
| Fomento | ADIF | Alta Velocidad | 2.592.661,00 |
| Fomento | ADIF | Campaña Empleo Público | 127.223,38 |
| Fomento | AENA | Canales Informativos de Aena | 316.284,00 |
| Fomento | AENA | Información Operativa sobre Obras en los Aeropuertos de la Red | 370.525,00 |
| Fomento | Renfe Operadora | Medio Ambiente | 541.532,93 |
| Educación y Ciencia | Secretaría General de Educación | Ayudas para Cursos de Inmersión Lingüística en Inglés | 30.977,65 |
| Trabajo y Asuntos Sociales | Delegación Especial del Gobierno contra la Violencia sobre la Mujer | Campaña Contra la Violencia de Género | 4.992.204,00 |
| Trabajo y Asuntos Sociales | Instituto Nacional de Seguridad e Higiene en el Trabajo | Prevención de Riesgos Laborales | 3.000.000,00 |
| Industria, Turismo y Comercio | Secretaría General de Turismo | Q de Calidad Turística | 2.000.000,00 |
| Agricultura, Pesca y Alimentación | Agricultura, Pesca y Alimentación | Etiquetado de los Alimentos | 809.711,40 |
| Cultura | Dirección General de Bellas Artes y Bienes Culturales | Publicidad y Difusión de las Exposiciones Temporales Organizadas por la Subdirección General de Promoción de las Bellas Artes | 370.800,00 |
| Cultura | Dirección General de Bellas Artes y Bienes Culturales | Convocatoria de los Premios Nacionales de Fotografía y Artes Plásticas 2007 y del Premio Velázquez 2008 | 3.200,00 |
| Cultura | Dirección General de Bellas Artes y Bienes Culturales | Concurso Público para Cubrir la Plaza de Director del Mncars | 25.000,00 |
| Cultura | Dirección General de Bellas Artes y Bienes Culturales | Convocatoria Ideas y Propuestas para el Arte en España | 33.000,00 |
| Cultura | Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía | Exposiciones y Proyectos | 843.925,28 |
| Cultura | Museo Nacional del Prado | Difusión de Exposiciones, Ampliación del Museo y Nueva Página Web | 1.531.250,16 |
| Medio Ambiente | Confederación Hidrográfica del Guadalquivir | Publicidad Día Mundial del Agua | 11.920,00 |
| Medio Ambiente | Acuamed | "Infoagua". Una Exposición Itinerante sobre la Desalinización por la Costa Mediterránea | 1.074.740,00 |
| Medio Ambiente | Acuamed | Promoción del Agua Desalinizada. El Mar, Fuente Inagotable de Vida | 810.028,00 |
| Medio Ambiente | Acuamed | Campaña Informativa de Ámbito Regional, en la Comunidad Valenciana, la Región de Murcia, Almería y Málaga | 270.202,00 |
| Medio Ambiente ⁽¹⁾ | Acuamed | Campaña de Promoción Institucional para Emitir Mensajes Positivos sobre la Calidad del Agua Desalada | |
| Medio Ambiente ⁽¹⁾ | Acuamed | Campaña Publicitaria de Ámbito Nacional, en Colaboración con la Asociación Tecnológica para el Tratamiento de Agua (ATTA) | |
| TOTAL | | | 19.819.407 |

⁽¹⁾ Campañas sobrevinidas que no se realizaron, con un coste de 600.000 euros cada una.

II.2 Comparativa con el Informe 2006. Datos principales

La inversión total en publicidad y comunicación institucional de acuerdo con los datos contenidos en el Informe correspondiente al año 2006 fue de 209.767.393 euros, esto es, 59.756.754 euros menos que la realizada en el año 2007, según los datos contenidos en el presente Informe. Todo ello supone un crecimiento del año 2006 al año 2007 del 28,5%.

Son dos los Ministerios que cargan con la mayor parte de este aumento:

En primer lugar, el Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales cuya inversión crece del año 2006 al año 2007 en un 475,3%, de 5.175.375 euros a 29.774.196 euros (un total de 24.600.000 euros). Esta subida se materializa de forma específica en el gran aumento del presupuesto destinado a la realización de campañas destinadas a la promoción de los derechos de los ciudadanos en general y de los más desprotegidos en particular (Violencia de género, 10 millones de euros; Ley de Dependencia, 10 millones de euros; Ley de Igualdad, 3 millones de euros; Riesgos laborales, 2,5 millones de euros; y Promoción empleo estable, 3,6 millones de euros).

En segundo lugar, el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio cuya inversión crece un 38,3%, de 57.509.386 euros a 79.575.659 euros (22 millones de euros en total). En este caso la subida se concreta en el importante aumento del presupuesto dedicado a la realización de campañas de ahorro de energía (15.000.000 de euros) y de fomento y difusión de las nuevas tecnologías (banda ancha, TDT, TICs, Telecentros) en las que se invirtieron más de 20 millones de euros.

A esto hay que añadir las campañas realizadas para la promoción de la Expo Agua Zaragoza 2008 (más de 6 millones de euros), justamente lo que se incrementa la inversión total del Ministerio de Economía y Hacienda de un año a otro, y las campañas de difusión de la política de vivienda, con un coste de 6 millones de euros, 5 millones más que en el año 2006.

En cuanto a la media de inversión por campaña sube de 1.127.782 euros a 1.623.636 euros. Por su parte la inversión mensual pasa de 17.480.616 euros a 22.460.296 euros.

En relación con las prioridades de publicidad y comunicación institucional destacan dos factores: por un lado, el aumento del 14% al 21,5% de la inversión total destinada a las campañas cuyo objetivo es la promoción en materia de derechos de los ciudadanos (lo que coincide con el aumento, en cuanto a distribución por objetivos legales se refiere, del porcentaje referido al número de campañas cuyo objetivo es el

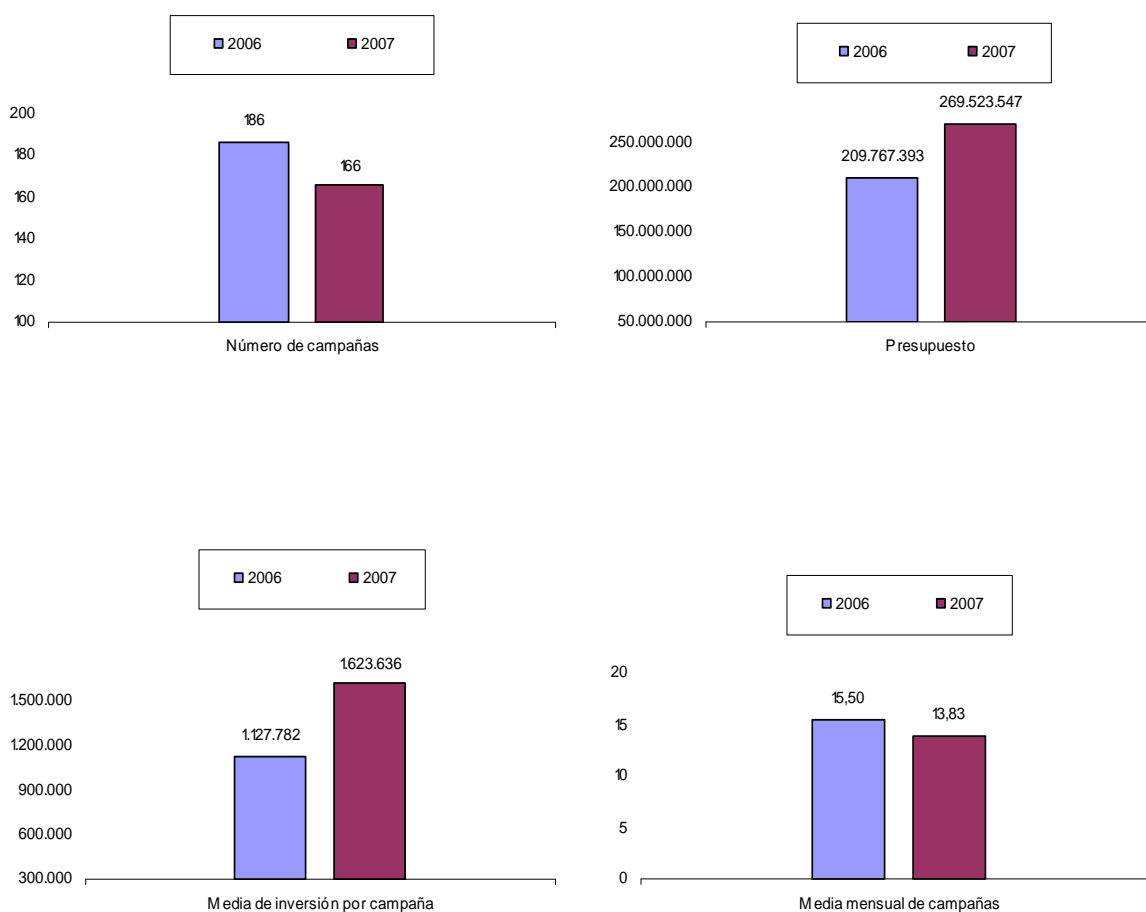
El gasto en publicidad y comunicación institucional se ha incrementado un 28,5% en el año 2007 con respecto al año 2006

Los Ministerios de Trabajo y Asuntos Sociales e Industria, Turismo y Comercio cargan con la mayor parte de este incremento

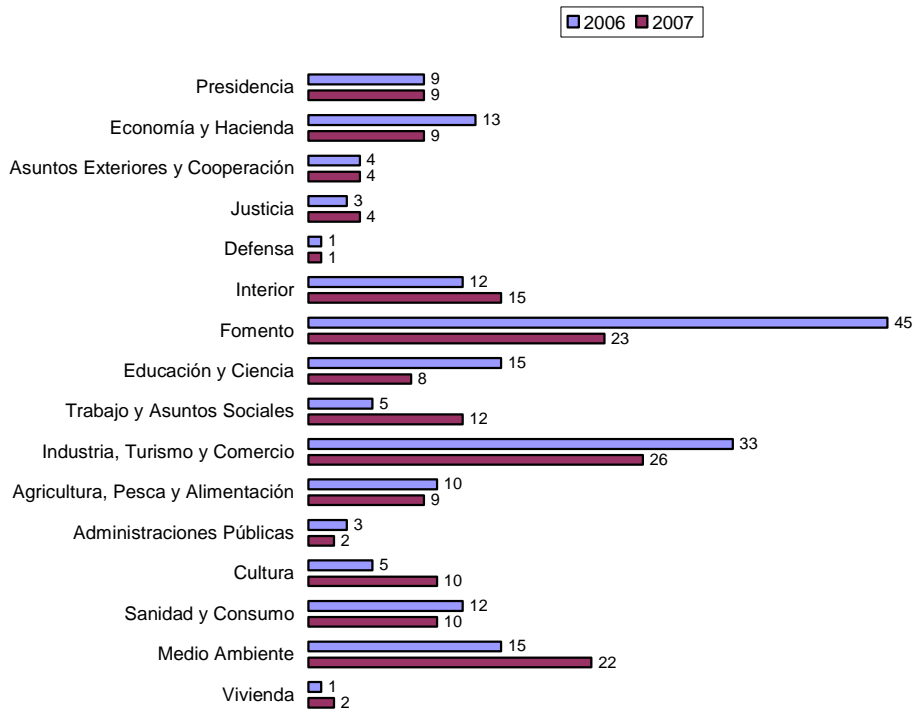
Destaca el aumento de la inversión destinada a promoción de derechos de los ciudadanos

de informar sobre derechos y obligaciones legales y aspectos relevantes del funcionamiento de las instituciones públicas); por otro lado, el importante monto presupuestario destinado a las campañas de apoyo al desarrollo de las nuevas tecnologías, de forma que si en el año 2006 era prácticamente inapreciable en el año 2007 supone un 10 % de la inversión total.

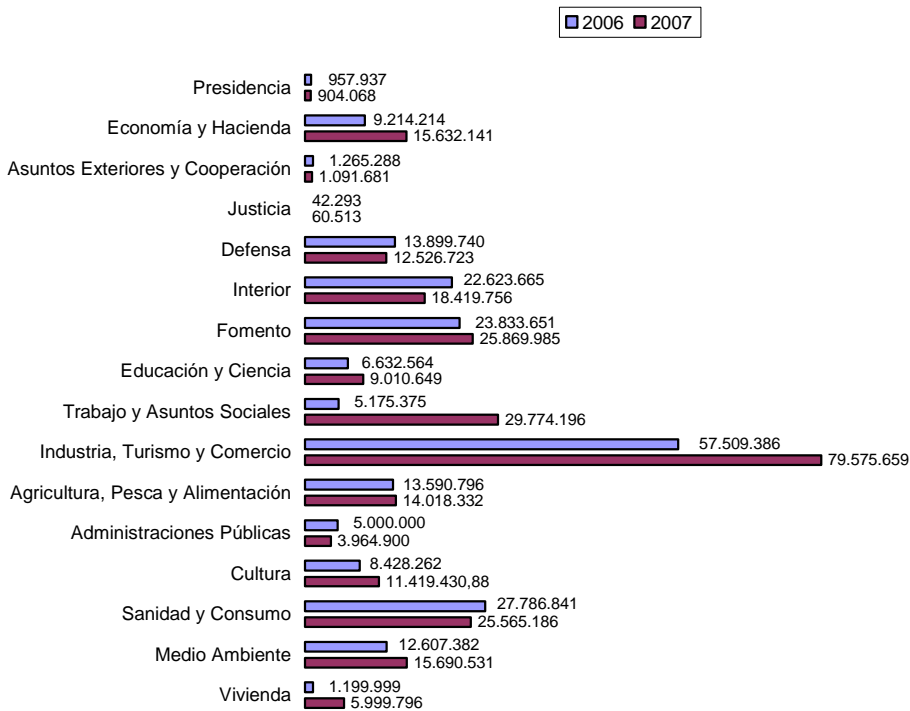
Por último, respecto de la distribución de las herramientas de comunicación según el número de campañas en que fueron utilizadas, destaca el incremento generalizado del empleo de las distintas posibilidades de comunicación en la mayor parte de las campañas. Prensa, Radio, Televisión e Internet siguen siendo por este orden las herramientas de comunicación más utilizadas destacando la subida en un 18% (del 17% al 35%) de la utilización de Internet.



Comparación número de campañas Informe 2006 - Informe 2007



Comparación presupuesto Informe 2006 - Informe 2007

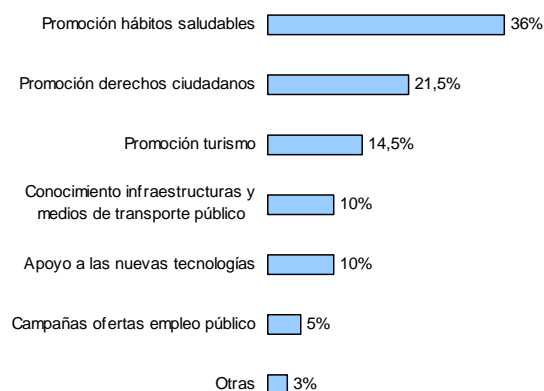


III. Prioridades de publicidad y comunicación institucional

En materia de publicidad y comunicación institucional, las prioridades de la Administración General del Estado durante el año 2007 han sido las siguientes:

- Promoción de hábitos saludables y seguros para la ciudadanía y el cuidado de su entorno (seguridad vial y protección civil, ahorro energético, medio ambiente, salud y hábitos de vida, tabaquismo, alcohol, prevención del consumo de drogas, uso responsable de medicamentos, consumo y alimentación, etc.). Esta partida alcanza el 36% del gasto total realizado.
- Promoción en materia de derechos de los ciudadanos (promoción de empleo seguro y estable, malos tratos, inmigración, violencia e igualdad de género, oferta educativa y cultural, fiscalidad, información electoral, cooperación, vivienda, becas y ayudas, etc.) lo que supone un 21,5% del gasto llevado a cabo.
- Promoción del turismo (campanas de Turespaña, campaña “Q de calidad”) que alcanza un 14,5% del gasto total efectuado.
- Conocimiento por parte de la ciudadanía de las infraestructuras y medios de transporte público existentes, con un 10% de la suma total invertida.
- Apoyo al desarrollo de las nuevas tecnologías, con un 10% del monto total.
- Campañas de información sobre oferta de empleo público (reclutamiento del Ministerio de Defensa, oferta empleo público del Ministerio de Administraciones Públicas, etc.) que suman casi un 5% del gasto producido.
- Otras, a la que se ha destinado cerca de un 3% del gasto.

Hábitos saludables, derechos de los ciudadanos, turismo, infraestructuras y transportes públicos, nuevas tecnologías y empleo público han sido las prioridades de la Administración General del Estado durante el año 2007



IV. Distribución por ministerios

Los ministerios que han llevado a cabo un número mayor de campañas (10 o más campañas) son Industria, Turismo y Comercio con 26, lo que representa un 15,66%, Fomento con 23, un 13,86%, y Medio Ambiente con 22, el 13,25% del total. A continuación, el Ministerio del Interior con 15 campañas en su haber, un 9,04%, el Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales con 12 campañas, lo que supone el 7,23%, y, por último, los Ministerios de Cultura y Sanidad y Consumo con 10 campañas, el 6,02%.

En cuanto a peso inversor realizado (por encima del 5% del total invertido), el primer Ministerio es el de Industria, Turismo y Comercio con el 29,52% (79.575.659 euros), seguido del Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales con el 11,05% (29.774.196 euros), Fomento con el 9,6% (25.869.985 euros), Sanidad y Consumo con el 9,49% (25.565.186 euros), Interior con el 6,83% (18.419.756 euros), Medio Ambiente con el 5,82% (15.690.531 euros), Economía y Hacienda con el 5,8% (15.632.141 euros) y Agricultura, Pesca Alimentación con el 5,2% (14.018.332 euros).

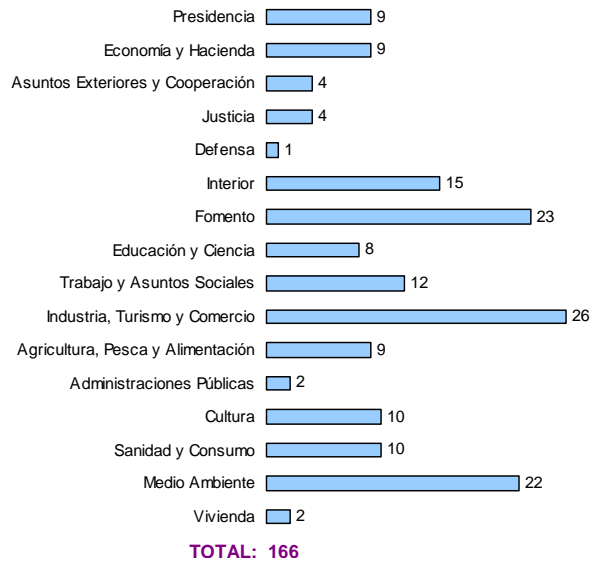
Es necesario señalar que en el caso del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio sólo una campaña, la de Turespaña, supone el 46,5% de su gasto total. Algo parecido sucede con el Ministerio de Medio Ambiente donde la campaña de “El Total es lo que Cuenta” supone el 56,4% del gasto. Por su parte, la campaña de la Dirección General de Tráfico, supone el 95,6% del gasto total del Ministerio del Interior. Igualmente, y en relación con el gasto llevado a cabo por los organismos y entidades dependientes de los Departamentos Ministeriales, merece ser reseñado que en el caso del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación el 92% de su gasto total lo ha realizado en el año 2007 su Organismo Autónomo FROM. Situación similar se produce en los Ministerios de Economía y Hacienda, donde la Agencia Estatal de Administración Tributaria y Expoagua Zaragoza 2008 representan el 85,5% del gasto total del Departamento; Fomento, con un 74% de su gasto realizado por parte de la Entidad Pública Empresarial Renfe Operadora; y Trabajo y Asuntos Sociales, donde el 60% del gasto del Ministerio lo realizan el IMSERSO y la Delegación Especial del Gobierno contra la Violencia sobre la Mujer.

La mitad de los ministerios (Industria, Turismo y Comercio, Trabajo y Asuntos Sociales, Fomento, Sanidad y Consumo, Interior, Medio Ambiente, Economía y Hacienda y Agricultura, Pesca y Alimentación) representan el 83,3% del total de la inversión

Turespaña (36,9 millones) y la Dirección General de Tráfico (17,6 millones) han sido en 2007 los organismos con mayor inversión en una sola campaña

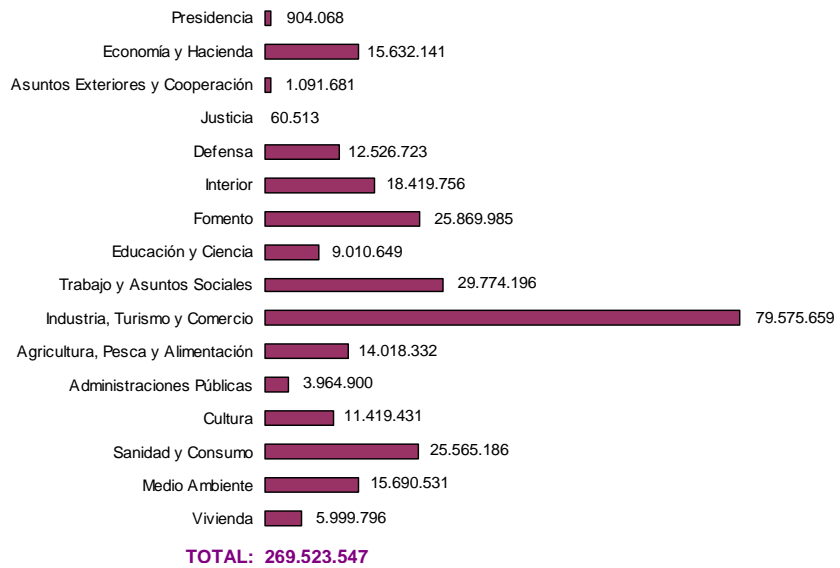
Número de campañas

| Porcentaje |
|------------|
| 5,4 |
| 5,4 |
| 2,4 |
| 2,4 |
| 0,6 |
| 9,0 |
| 13,9 |
| 4,8 |
| 7,2 |
| 15,7 |
| 5,4 |
| 1,2 |
| 6,0 |
| 6,0 |
| 13,3 |
| 1,2 |
| 100 |



Presupuesto (en Euros)

| Porcentaje |
|------------|
| 0,3 |
| 5,8 |
| 0,4 |
| 0,02 |
| 4,6 |
| 6,8 |
| 9,6 |
| 3,3 |
| 11,0 |
| 29,5 |
| 5,2 |
| 1,5 |
| 4,2 |
| 9,5 |
| 5,8 |
| 2,2 |
| 100 |



V. Distribución por objetivos

En su artículo 3.1 la Ley indica de manera explícita los objetivos que pueden tener las campañas de publicidad y comunicación institucional.

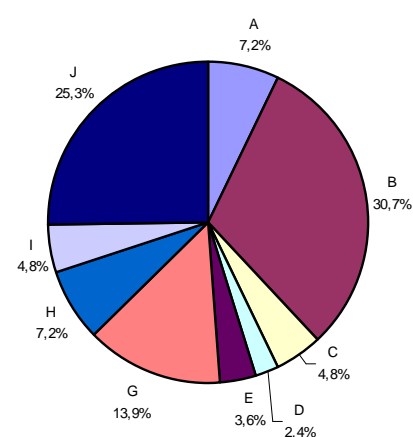
El objetivo buscado con mayor asiduidad a lo largo de 2007 ha sido el de informar sobre derechos y obligaciones legales, aspectos relevantes del funcionamiento de las instituciones públicas y de las condiciones de acceso y uso de los espacios y servicios públicos (apartado B).

En segundo lugar, la meta más buscada ha sido la de comunicar programas y actuaciones públicas de relevancia e interés social (apartado J).

También han sido significativos tres objetivos más: el 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 nacional (apartado G), el de apoyar a sectores económicos españoles en el exterior, promover la comercialización de productos españoles y atraer inversiones extranjeras (apartado H) y el de promover la difusión y conocimiento de los valores y principios constitucionales (apartado A).

El artículo 3 de la Ley de Publicidad y Comunicación Institucional establece que sólo se podrán promover campañas cuando persigan alguno de los objetivos que la propia Ley recoge

| Objetivo | Número de Campañas | Porcentaje |
|--|--------------------|------------|
| A. Promover la difusión y conocimiento de los valores y principios constitucionales | 12 | 7,2 |
| 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 | 51 | 30,7 |
| C. Informar a los ciudadanos sobre la existencia de procesos electorales y consultas populares | 8 | 4,8 |
| D. Difundir el contenido de aquellas disposiciones jurídicas que, por su novedad y repercusión social, requieran medidas complementarias para su conocimiento general | 4 | 2,4 |
| E. Difundir ofertas de empleo público que por su importancia e interés así lo aconsejen | 6 | 3,6 |
| F. Advertir de la adopción de medidas de orden o seguridad pública cuando afecten a una pluralidad de destinatarios | 0 | 0 |
| 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 nacional | 23 | 13,9 |
| H. Apoyar a sectores económicos españoles en el exterior, promover la comercialización de productos españoles y atraer inversiones extranjeras | 12 | 7,2 |
| I. Difundir las lenguas y el patrimonio histórico y natural de España | 8 | 4,8 |
| J. Comunicar programas y actuaciones públicas de relevancia e interés social | 42 | 25,3 |
| Total | 166 | 100 |



INVERSIÓN TOTAL EN MILES DE EUROS POR OBJETIVO Y MINISTERIO

El siguiente cuadro indica la inversión realizada por cada Ministerio en relación con el objetivo buscado. Como puede apreciarse, a diferencia de la distribución por objetivos en función del número de campañas, a nivel de inversión realizada el objetivo que ocupa el primer lugar es el 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 nacional (G), seguido del H, esto es, apoyar a sectores españoles en el exterior, promover la comercialización de productos españoles y atraer inversiones extranjeras.

| MINISTERIO | OBJETIVO | | | | | | | | | | TOTAL |
|-----------------------------------|---------------|---------------|--------------|---------------|---------------|----------|---------------|---------------|--------------|---------------|----------------|
| | A | B | C | D | E | F | G | H | I | J | |
| PRESIDENCIA | 12 | 8 | | | | | | | 369 | 515 | 904 |
| ECONOMÍA Y HACIENDA | | 7.017 | 1.922 | | | | | 3.907 | | 2.786 | 15.632 |
| ASUNTOS EXTERIORES Y COOPERACIÓN | | 1.092 | | | | | | | | | 1.092 |
| JUSTICIA | | 42 | | 12 | 6 | | | | | | 61 |
| DEFENSA | | | | | 12.527 | | | | | | 12.527 |
| INTERIOR | 97 | 50 | 647 | | 11 | | 17.615 | | | | 18.420 |
| FOMENTO | | 3.395 | | | 127 | | 1.354 | 208 | | 20.785 | 25.870 |
| EDUCACIÓN Y CIENCIA | | 394 | | | | | | | | 8.617 | 9.011 |
| TRABAJO Y ASUNTOS SOCIALES | 13.878 | 2.968 | | 9.928 | | | 3.000 | | | | 29.774 |
| INDUSTRIA, TURISMO Y COMERCIO | | 18.396 | | | | | 15.072 | 39.547 | | 6.561 | 79.576 |
| AGRICULTURA, PESCA Y ALIMENTACIÓN | | 10 | | 810 | | | 300 | 12.899 | | | 14.018 |
| ADMINISTRACIONES PÚBLICAS | | 2.937 | | | 1.028 | | | | | | 3.965 |
| CULTURA | 3.890 | 1.763 | | | 25 | | | | 2.779 | 2.963 | 11.419 |
| SANIDAD Y CONSUMO | | | | 2.085 | | | 23.480 | | | | 25.565 |
| MEDIO AMBIENTE | | 525 | | | | | 11.005 | | 48 | 4.112 | 15.691 |
| VIVIENDA | | | | | | | | | | 6.000 | 6.000 |
| TOTAL | 17.876 | 38.597 | 2.568 | 12.835 | 13.724 | 0 | 71.826 | 56.560 | 3.196 | 52.339 | 269.523 |

VI. Ranking de campañas

Durante el año 2007 se ha contratado una campaña que supera los 30 millones de euros: la de Turespaña (Industria, Turismo y Comercio - 36,9 millones). Otras tres campañas se elevan por encima de 10 millones de euros: la de Seguridad Vial (Dirección General de Tráfico - 17,5 millones sumando sus 2 campañas: “Divulgativa de la Seguridad para 2007” y “Divulgación de la Seguridad Vial a Través de la Radio”), la de Ahorro de Energía (IDAE - 13 millones) y la de Reclutamiento (Defensa - 12,5 millones).

Cuatro campañas (2,4% del total) superan 10 millones de euros y equivalen al 29,7% de la inversión total

Siete campañas han tenido una inversión superior a cinco millones de euros e inferior a 10 millones: “Ley de Dependencia” (IMSERSO), “El Total es lo que Cuenta” (Medio Ambiente), “Ponle Título a tu Futuro” (Educación y Ciencia), “Velocidad a Barcelona, Valladolid y Málaga” y “Alta Velocidad hasta Tarragona y Antequera” (Renfe Operadora), “Información y Asistencia al Ciudadano” (AEAT) y “Campaña Medios en Televisión” (FROM). Y entre cuatro y cinco millones de euros figuran cuatro campañas: “Campaña contra la Violencia de Género” (Delegación Especial del Gobierno contra la Violencia sobre la Mujer), “Uso Responsable de Antibióticos” (Agencia Española de Medicamentos y Productos Sanitarios), “Impulsa TDT” (Red.es) y “Política de Vivienda” (Ministerio de Vivienda).

Un total de 15 campañas (9% del total) han contado con una inversión igual o superior a cuatro millones de euros y representan el 54,4% de la inversión total

En el año 2007, siete campañas más han supuesto una inversión de tres a cuatro millones de euros: “Bob Dylan con Expo Zaragoza 2008” (Expoagua Zaragoza 2008), “Consumo Pescado Población Infantil 2007” (FROM), “Promoción Empleo Estable” (Servicio Público de Empleo Estatal), “Préstamos Avanza” (Red.es), “Salud y Hábitos de Vida” (Ministerio de Sanidad y Consumo), “Larga Distancia” (Renfe Operadora) y “Prevención de Riesgos Laborales” (Instituto Nacional de Seguridad e Higiene en el Trabajo).

Las 22 campañas de tres o más millones de euros de inversión (13,2% del total) constituyen el 63,6% de la inversión total

Si se continúa analizando, se observa que de dos a tres millones de euros se han llevado a cabo en 2007 un total de 21 campañas: “Ley de Igualdad”, “Vitaminas”, “Espacio Avanza”, “Publicidad de las Actividades de los Centros de Producción Artística del INAEM”, “Servicios Digitales. Red 060”, “Cercanías”, “Información sobre Violencia de Género para Todos”, “Prevención de Accidentes Infantiles en el Hogar”, “Alta Velocidad”, “Comunicación para la Creación e Impulso del Hábito de la Lectura”, “Salud Sexual y Jóvenes”, “Falta Un Año”, “Alcohol en Menores y Jóvenes”, “Difusión Banda Ancha Zona Rurales y Aisladas”, “Prevención Consumo de Cocaína en Jóvenes”, “Pezqueñines, Etiquetado y Pescados Azules”, “Información sobre la Ley de Mejora de la Protección de Consumidores y Usuarios”, “Integración de los Inmigrantes”, “Prevención de la Obesidad Infantil”, “Q de Calidad Turística” y “Guía de la Energía”.

Un total de 43 campañas (25,9% del total) de dos o más millones de euros suponen el 83,1% de la inversión total

Campañas que superan los 2 millones de euros de inversión

| MINISTERIO | ORGANISMO | TITULO CAMPAÑA | COSTES | % ACU MULADO |
|-----------------------------------|---|--|--------------------|--------------|
| Industria, Turismo y Comercio | Turespaña | Promoción del Turismo de España en el Exterior | 36.993.006 | 13,71% |
| (1) Interior | Dirección General de Tráfico | Divulgativa de la Seguridad para 2007 | 17.615.458 | 20,24% |
| Industria, Turismo y Comercio | IDAE | Campaña de Sensibilización Ciudadana para el Ahorro de Energía | 13.000.000 | 25,06% |
| Defensa | Dirección General Reclutamiento y Enseñanza | Apoyo Reclutamiento Año 2007 | 12.526.723 | 29,70% |
| Trabajo y Asuntos Sociales | IMSERSO | Ley de Dependencia | 9.927.784 | 33,38% |
| Medio Ambiente | Medio Ambiente | El Total es lo que Cuenta | 8.850.000 | 36,66% |
| Educación y Ciencia | D.G. de Educación, Formación Profesional e I. Educativa | Ponle Título a tu Futuro | 7.159.656 | 39,32% |
| Fomento | Renfe Operadora | Velocidad a Barcelona, Valladolid y Málaga | 6.811.988 | 41,84% |
| Fomento | Renfe Operadora | Alta Velocidad hasta Tarragona y Antequera | 5.207.744 | 43,77% |
| Economía y Hacienda | AEAT | Información y Asistencia al Ciudadano | 5.113.115 | 45,67% |
| Agricultura, Pesca y Alimentación | FROM | Campaña Medios en TV | 5.034.353 | 47,53% |
| Trabajo y Asuntos Sociales | Delegación Especial del Gobierno contra la Violencia sobre la Mujer | Campaña contra la Violencia de Género | 4.992.204 | 49,38% |
| Sanidad y Consumo | Agencia Española de Medicamentos y Productos | Uso Responsable de Antibióticos | 4.974.071 | 51,23% |
| Industria, Turismo y Comercio | Red.es | Impulsa TDT | 4.611.007 | 52,93% |
| Vivienda | Vivienda | Política de Vivienda | 4.019.864 | 54,42% |
| Economía y Hacienda | Expoagua Zaragoza 2008 | Imagen Nacional "Bob Dylan con Expo Zaragoza 2008" | 3.906.766 | 55,87% |
| Agricultura, Pesca y Alimentación | FROM | Consumo Pescado Población Infantil 2007 | 3.900.074 | 57,32% |
| Trabajo y Asuntos Sociales | Servicio Público de Empleo Estatal | Promoción Empleo Estable | 3.664.147 | 58,68% |
| Industria, Turismo y Comercio | Red.es | Préstamos Avanza | 3.654.000 | 60,03% |
| Sanidad y Consumo | Sanidad y Consumo | Salud y Hábitos de Vida | 3.373.735 | 61,28% |
| Fomento | Renfe Operadora | Larga Distancia | 3.278.975 | 62,50% |
| Trabajo y Asuntos Sociales | INSHT | Prevención de Riesgos Laborales | 3.000.000 | 63,61% |
| Trabajo y Asuntos Sociales | Instituto de la Mujer | Ley de Igualdad | 2.999.585 | 64,72% |
| Industria, Turismo y Comercio | Centro para el Desarrollo Tecnológico Industrial | Vitaminas | 2.995.344 | 65,83% |
| Industria, Turismo y Comercio | Red.es | Espacio Avanza | 2.970.386 | 66,93% |
| (2) Cultura | Instituto Nacional de las Artes Escénicas y de la Música (INAEM) | Publicidad de las Actividades de los Centros de Producción Artística del INAEM | 2.962.556 | 68,03% |
| Administraciones Públicas | Administraciones Públicas | Servicios Digitales. Red 060 | 2.937.221 | 69,12% |
| Fomento | Renfe Operadora | Cercanías | 2.887.349 | 70,19% |
| Trabajo y Asuntos Sociales | Delegación Especial del Gobierno contra la Violencia sobre la Mujer | Información sobre Violencia de Género para Todos | 2.884.323 | 71,26% |
| Sanidad y Consumo | Sanidad y Consumo | Prevención Accidentes Infantiles en el Hogar | 2.830.612 | 72,31% |
| Fomento | ADIF | Alta Velocidad | 2.592.661 | 73,27% |
| Cultura | Dirección General del Libro, Archivos y Bibliotecas | Comunicación para la Creación e Impulso del Hábito de la Lectura | 2.539.699 | 74,21% |
| Sanidad y Consumo | Sanidad y Consumo | Salud Sexual y Jóvenes | 2.521.964 | 75,14% |
| Economía y Hacienda | Expoagua Zaragoza 2008 | Falta Un Año | 2.462.194 | 76,06% |
| Sanidad y Consumo | Sanidad y Consumo | Alcohol en Menores y Jóvenes | 2.384.368 | 76,94% |
| Industria, Turismo y Comercio | Secretaría de Estado de Telecomunicaciones y para la | Difusión Banda Ancha Zonas Rurales y Aisladas | 2.325.000 | 77,80% |
| Sanidad y Consumo | Sanidad y Consumo | Prevención Consumo de Cocaína en Jóvenes | 2.158.524 | 78,60% |
| Agricultura, Pesca y Alimentación | FROM | Pezqueñines, Etiquetado y Pescados Azules | 2.148.461 | 79,40% |
| Sanidad y Consumo | Sanidad y Consumo | Información sobre la Ley de Mejora de la Protección de Consumidores y Usuarios | 2.085.414 | 80,17% |
| Trabajo y Asuntos Sociales | Secretaría de Estado de Inmigración y Emigración | Integración de los Inmigrantes | 2.039.880 | 80,93% |
| Sanidad y Consumo | Agencia Española de Seguridad Alimentaria | Prevención de la Obesidad Infantil | 2.028.819 | 81,68% |
| Industria, Turismo y Comercio | Secretaría General de Turismo | Q de Calidad Turística | 2.000.000 | 82,42% |
| Industria, Turismo y Comercio | IDAE | Guía de la Energía | 2.000.000 | 83,16% |
| TOTAL | | | 224.369.028 | |

(1) Engloba la campaña en prensa, televisión e Internet, por un lado, y la de radio por otro.

(2) Incluye las campañas de los distintos Centros del INAEM.

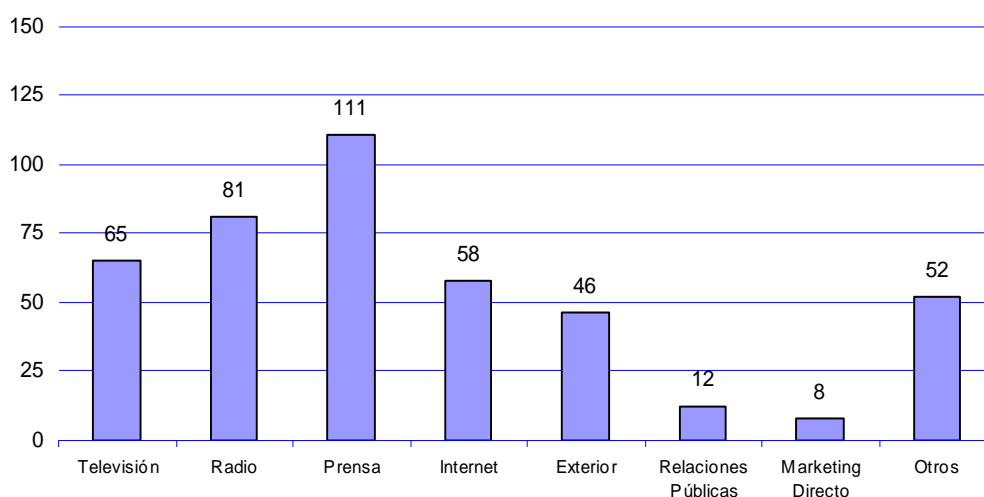
VII. Distribución de las herramientas de comunicación empleadas

El 66,9% de las campañas han insertado anuncios en la prensa escrita, el 48,8% en radio, en televisión el 39,2% y en Internet el 34,9%. El 27,7% de las campañas han utilizado soportes exteriores, mientras que el 7,2% han hecho uso de las relaciones públicas y el 4,8% del marketing directo. Herramientas distintas a todas las anteriores (carteles, folletos, libros, dípticos, etc.) han sido utilizadas en el 31,3% de las campañas o iniciativas de comunicación.

Prensa escrita, radio, TV e Internet han sido, por este orden, los medios utilizados con más frecuencia en las campañas

Distribución de las herramientas de comunicación según el número de campañas en que han sido empleadas

Campañas institucionales



| Medio | PLAN | | INFORME | |
|---------------------|-------------|-------|-------------|-------|
| | Nº campañas | % | Nº campañas | % |
| Televisión | 75 | 42,6% | 65 | 39,2% |
| Radio | 91 | 51,7% | 81 | 48,8% |
| Prensa | 127 | 72,2% | 111 | 66,9% |
| Internet | 95 | 54,0% | 58 | 34,9% |
| Exterior | 61 | 34,7% | 46 | 27,7% |
| Relaciones Públicas | 15 | 8,5% | 12 | 7,2% |
| Marketing Directo | 20 | 11,4% | 8 | 4,8% |
| Otros | 16 | 9,1% | 52 | 31,3% |

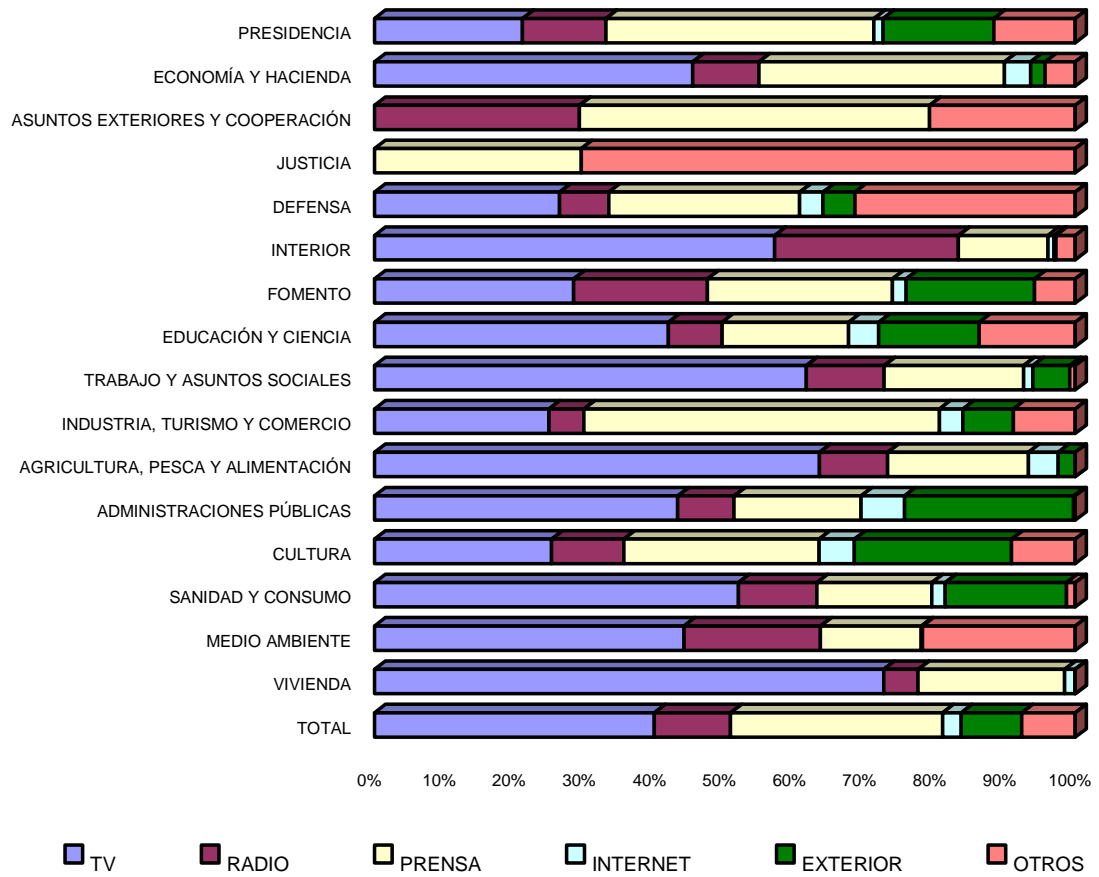
HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN UTILIZADAS. INVERSIÓN EN MILES DE EUROS POR MINISTERIO

| MINISTERIO | TV | RADIO | PRENSA | INTERNET | EXTERIOR | RR.PP. | MARKE-TING | OTROS | TOTAL |
|-----------------------------------|---------------|---------------|---------------|--------------|---------------|--------------|--------------|--------------|----------------|
| PRESIDENCIA | 131 | 74 | 237 | 8 | 98 | 72 | 0 | 0 | 620 |
| ECONOMIA Y HACIENDA | 6.620 | 1.373 | 5.118 | 539 | 307 | 0 | 608 | 15 | 14.580 |
| ASUNTOS EXTERIORES Y COOPERACION | 0 | 100 | 171 | 0 | 0 | 0 | 0 | 71 | 342 |
| JUSTICIA | 0 | 0 | 18 | 0 | 0 | 0 | 0 | 43 | 61 |
| DEFENSA | 2.678 | 714 | 2.769 | 340 | 459 | 0 | 800 | 2.393 | 10.153 |
| INTERIOR | 8.435 | 3.874 | 1.878 | 133 | 34 | 0 | 0 | 412 | 14.766 |
| FOMENTO | 6.284 | 4.230 | 5.844 | 426 | 4.053 | 0 | 0 | 1.287 | 22.124 |
| EDUCACION Y CIENCIA | 3.760 | 686 | 1.619 | 388 | 1.281 | 0 | 117 | 1.113 | 8.964 |
| TRABAJO Y ASUNTOS SOCIALES | 15.809 | 2.855 | 5.115 | 336 | 1.347 | 0 | 0 | 213 | 25.675 |
| INDUSTRIA, TURISMO Y COMERCIO | 17.436 | 3.499 | 35.605 | 2.340 | 5.050 | 5.956 | 115 | 129 | 70.130 |
| AGRICULTURA, PESCA Y ALIMENTACION | 5.592 | 857 | 1.771 | 369 | 218 | 0 | 0 | 0 | 8.807 |
| ADMINISTRACIONES PUBLICAS | 1.506 | 279 | 629 | 217 | 839 | 0 | 8 | 0 | 3.478 |
| CULTURA | 2.637 | 1.076 | 2.909 | 531 | 2.341 | 29 | 268 | 649 | 10.440 |
| SANIDAD Y CONSUMO | 12.644 | 2.721 | 3.986 | 465 | 4.218 | 0 | 0 | 303 | 24.337 |
| MEDIO AMBIENTE | 6.622 | 2.920 | 2.152 | 32 | 0 | 0 | 103 | 3.162 | 14.991 |
| VIVIENDA | 3.316 | 227 | 953 | 69 | 0 | 0 | 0 | 0 | 4.565 |
| TOTAL | 93.470 | 25.485 | 70.774 | 6.193 | 20.245 | 6.057 | 2.019 | 9.790 | 234.033 |

HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN UTILIZADAS. PORCENTAJE DE INVERSIÓN POR MINISTERIO

| MINISTERIO | TV | RADIO | PRENSA | INTERNET | EXTERIOR | RR.PP. | MARKETING | OTROS | TOTAL |
|-----------------------------------|--------------|--------------|--------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| PRESIDENCIA | 21,1% | 11,9% | 38,2% | 1,3% | 15,8% | 11,6% | 0,0% | 0,0% | 100% |
| ECONOMÍA Y HACIENDA | 45,4% | 9,4% | 35,1% | 3,7% | 2,1% | 0,0% | 4,2% | 0,1% | 100% |
| ASUNTOS EXTERIORES Y COOPERACIÓN | 0,0% | 29,2% | 50,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 20,8% | 100% |
| JUSTICIA | 0,0% | 0,0% | 29,5% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 70,5% | 100% |
| DEFENSA | 26,4% | 7,0% | 27,3% | 3,3% | 4,5% | 0,0% | 7,9% | 23,6% | 100% |
| INTERIOR | 57,1% | 26,2% | 12,7% | 0,9% | 0,2% | 0,0% | 0,0% | 2,8% | 100% |
| FOMENTO | 28,4% | 19,1% | 26,4% | 1,9% | 18,3% | 0,0% | 0,0% | 5,8% | 100% |
| EDUCACIÓN Y CIENCIA | 41,9% | 7,7% | 18,1% | 4,3% | 14,3% | 0,0% | 1,3% | 12,4% | 100% |
| TRABAJO Y ASUNTOS SOCIALES | 61,6% | 11,1% | 19,9% | 1,3% | 5,2% | 0,0% | 0,0% | 0,8% | 100% |
| INDUSTRIA, TURISMO Y COMERCIO | 24,9% | 5,0% | 50,8% | 3,3% | 7,2% | 8,5% | 0,2% | 0,2% | 100% |
| AGRICULTURA, PESCA Y ALIMENTACIÓN | 63,5% | 9,7% | 20,1% | 4,2% | 2,5% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 100% |
| ADMINISTRACIONES PÚBLICAS | 43,3% | 8,0% | 18,1% | 6,2% | 24,1% | 0,0% | 0,2% | 0,0% | 100% |
| CULTURA | 25,3% | 10,3% | 27,9% | 5,1% | 22,4% | 0,3% | 2,6% | 6,2% | 100% |
| SANIDAD Y CONSUMO | 52,0% | 11,2% | 16,4% | 1,9% | 17,3% | 0,0% | 0,0% | 1,2% | 100% |
| MEDIO AMBIENTE | 44,2% | 19,5% | 14,4% | 0,2% | 0,0% | 0,0% | 0,7% | 21,1% | 100% |
| VIVIENDA | 72,6% | 5,0% | 20,9% | 1,5% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 0,0% | 100% |
| TOTAL | 39,9% | 10,9% | 30,2% | 2,6% | 8,7% | 2,6% | 0,9% | 4,2% | 100% |

HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN UTILIZADAS. PORCENTAJE DE INVERSIÓN POR MINISTERIO



VIII. Campañas comerciales no sujetas a la Ley

Quedan fuera de la Ley las campañas de carácter comercial, mercantil o industrial, y las campañas traducidas en disposiciones normativas, resoluciones y actos administrativos o judiciales. Tampoco es de aplicación la norma a la información sobre actuaciones públicas que deba publicarse o difundirse por mandato legal.

El artículo 1 de la Ley 29/2005, establece el objeto y ámbito de la misma

Son cinco los ministerios que han contratado durante el año 2007 campañas de carácter comercial: Presidencia, Economía y Hacienda, Fomento, Industria, Turismo y Comercio y Agricultura, Pesca y Alimentación. Se han llevado a cabo 22 campañas durante el año 2007, con una inversión total de 94.175.701 euros.

Quedan fuera de la Ley las campañas de carácter comercial, mercantil o industrial

Campañas Comerciales

| MINISTERIO | ORGANISMO | TITULO CAMPAÑA | COSTE |
|-----------------------------------|---|--|-------------------|
| Presidencia | Boletín Oficial del Estado | Distribución Productos Editoriales del BOE | 422.377 |
| Economía y Hacienda | Cesce. Seguros de Crédito | Campaña Publicidad Producto/Memoria | 566.361 |
| Economía y Hacienda | Sociedad Estatal Correos y Telégrafos S.A. | Publicidad de Medios Masivos Correos 2006 | 4.381.973 |
| Economía y Hacienda | Sociedad Estatal Correos y Telégrafos S.A. | Menciones de Producto | 736.983 |
| Economía y Hacienda | Sociedad Estatal Correos y Telégrafos S.A. | Tu Sello en Terra.es | 58.000 |
| Economía y Hacienda | FNMT | Memoria y Publicidad sobre los Productos FNMT | 1.537.393 |
| Economía y Hacienda | ICO | Líneas ICO 2007 Apoyo a la Empresa | 1.621.125 |
| Economía y Hacienda | ICO (en colaboración con Ministerio de Industria, Turismo y Comercio) | Plan Avanza | 299.775 |
| Economía y Hacienda | ICO (en colaboración con Ministerio de Educación y Ciencia) | Préstamos Renta Universidad | 96.071 |
| Economía y Hacienda | Loterías y Apuestas del Estado | Lotería Primitiva, Bonoloto, Euromillones, Gordo de la Primitiva | 23.600.000 |
| Economía y Hacienda | Loterías y Apuestas del Estado | Lotería de Navidad, El Niño y Lotería Nacional | 27.000.000 |
| Economía y Hacienda | Loterías y Apuestas del Estado | La Quiniela y La Apuesta Hípica | 9.000.000 |
| Economía y Hacienda | Dirección General del Tesoro y Política Financiera | Venta de Deuda del Estado | 14.870.000 |
| Economía y Hacienda | Expoagua Zaragoza 2008 | Actuaciones Diversas de Naturaleza Comercial | 1.742.111 |
| Economía y Hacienda | RTVE-TVE | Incremento Audiencia y Potenciamiento Imagen | 3.399.593 |
| Economía y Hacienda | RTVE-RNE | Incremento Audiencia y Potenciamiento Imagen | 551.143 |
| Fomento | Fomento | Promoción del Mapa Oficial de Carreteras | 227.282 |
| Fomento | FEVE | Campaña Feve / Transcantábrico | 275.573 |
| Fomento | SENASA | Publicidad Centro de Simuladores de Vuelo | 5.940 |
| Industria, Turismo y Comercio | Paradores de Turismo de España S.A. | Vive 91 Vidas. Vive Paradores | 2.804.000 |
| Agricultura, Pesca y Alimentación | ENESA | Enesa En Forma | 200.000 |
| Agricultura, Pesca y Alimentación | ENESA | Publicidad Seguros Agrarios | 780.000 |
| TOTAL | | | 94.175.701 |

Anexos

Anexo 1: Relación de campañas institucionales 2007

MINISTERIO DE LA PRESIDENCIA

SECRETARÍA DE ESTADO DE COMUNICACIÓN

COORDINACIÓN COMUNICACIÓN SOBRE LA VIOLENCIA DE GÉNERO

Objetivo: TRANSMITIR A LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN MENSAJES DEL GOBIERNO SOBRE VIOLENCIA DE GÉNERO Y MALTRATO A MUJERES.

Coste total: 12.000 **Periodo de ejecución:** De enero a abril de 2007

Adjudicatarios: Publicidad/ creatividad: RR.Públicas: Mind the gap
Compra de Medios: Otros:

Plan de Medios: Relaciones Públicas (100%) de un total de 12.000 euros

SECRETARÍA DE ESTADO DE COMUNICACIÓN

LUCHA CONTRA LA INMIGRACIÓN IRREGULAR EN SENEGAL

Objetivo: DISUADIR A LOS JÓVENES DE SENEGAL CON INTENCIÓN DE VIAJAR DE FORMA IRREGULAR A ESPAÑA.

Coste total: 497.000 **Periodo de ejecución:** De 15 de septiembre a 30 de octubre de 2007

Adjudicatarios: Publicidad/ creatividad: Bassat Ogilvy & Mather Madrid RR.Públicas: Bassat Ogilvy & Mather Madrid
Compra de Medios: Bassat Ogilvy & Mather Madrid Otros:

Plan de Medios: Televisión (50,7%), Radio (14,08%), Prensa (7,04%) y Relaciones Públicas (28,17%) de un total de 213.000 euros

CENTRO DE ESTUDIOS POLÍTICOS Y CONSTITUCIONALES

CONVOCATORIA 2007 DE INVESTIGADORES DEL CENTRO DE ESTUDIOS POLÍTICOS Y CONSTITUCIONALES

Objetivo: DAR DIFUSIÓN Y ANIMAR A LA INSCRIPCIÓN CONTRATOS INVESTIGACIÓN DE 3 AÑOS A INVESTIGADORES CON MÁS DE TRES AÑOS DESDE DOCTORADO.

Coste total: 7.873,22 **Periodo de ejecución:** Octubre de 2007

Adjudicatarios: Publicidad/ creatividad: RR.Públicas:
Compra de Medios: Compra directa Otros:

Plan de Medios: Prensa (96,92%) e Internet (3,08%) de un total de 7.873,22 euros

CENTRO DE ESTUDIOS POLÍTICOS Y CONSTITUCIONALES

DIPLOMA DE ESTUDIOS POLÍTICOS Y CONSTITUCIONALES

Objetivo: DAR DIFUSIÓN Y ANIMAR A LA INSCRIPCIÓN A ESTE CURSO DE ESPECIALIZACIÓN DIRIGIDO A UNIVERSITARIOS SUPERIORES.

Coste total: 10.456,70 **Periodo de ejecución:** Abril de 2007

Adjudicatarios: Publicidad/ creatividad: RR.Públicas:
Compra de Medios: Enia Publicidad S.L. Otros:

Plan de Medios: Prensa (100%) de un total de 10.456,70 euros

CENTRO DE ESTUDIOS POLÍTICOS Y CONSTITUCIONALES

PUBLICACIONES DEL CENTRO DE ESTUDIOS POLÍTICOS Y CONSTITUCIONALES

Objetivo: DAR DIFUSIÓN ÚLTIMAS PUBLICACIONES DEL CEPC AL PÚBLICO Y AL COLECTIVO UNIVERSITARIO.

Coste total: 5.167,80 **Periodo de ejecución:** De febrero a noviembre de 2007

Adjudicatarios: Publicidad/ creatividad: RR.Públicas:

Compra de Medios: Asociación de Editoriales Otros:
Universitarias Españolas

Plan de Medios: Prensa (100%) de un total de 5.167,80 euros

CENTRO DE INVESTIGACIONES SOCIOLÓGICAS

PREMIO NACIONAL DE SOCIOLOGÍA Y CIENCIA POLÍTICA 2007

Objetivo: POSIBILITAR PRESENTACIÓN CANDIDATURAS PERSONAS JURÍDICAS Y ENTIDADES RELACIONADAS CON SOCIOLOGÍA Y CIENCIA POLÍTICA EN ÁMBITOS ECONÓMICOS Y PROFESIONAL.

Coste total: 2.270 **Periodo de ejecución:** Enero y febrero de 2007

Adjudicatarios: Publicidad/ creatividad: RR.Públicas:

Compra de Medios: Compra directa Otros:

Plan de Medios: Prensa (100%) de un total 2.270 euros

PATRIMONIO NACIONAL

INFORMACIÓN SOBRE HORARIOS MUSEOS DEL PATRIMONIO NACIONAL

Objetivo: INFORMAR AL PÚBLICO CAMBIOS EN HORARIOS Y ACTUACIONES PUNTUALES EN MUSEOS DEL PATRIMONIO NACIONAL.

Coste total: 20.498,96 **Periodo de ejecución:** Fines de semana de 2007

Adjudicatarios: Publicidad/ creatividad: RR.Públicas:

Compra de Medios: Compra directa Otros:

Plan de Medios: Prensa (100%) de un total de 20.498,96 euros

PATRIMONIO NACIONAL

ARCABUCERÍA MADRILEÑA DEL SIGLO XVII

Objetivo: INFORMAR SOBRE LA EXPOSICIÓN TEMPORAL DE PRIMAVERA DEL PATRIMONIO NACIONAL.

Coste total: 163.376,61 **Periodo de ejecución:** De abril a julio de 2007

Adjudicatarios: Publicidad/ creatividad: RR.Públicas:

Compra de Medios: Compra directa Otros:

Plan de Medios: Televisión (4,67%), Radio (10,25%), Prensa (57,41%), Internet (0,93%) y Exterior (26,74%) de un total de 163.376,61 euros

PATRIMONIO NACIONAL

EL GUSTO A LA GRIEGA. ARTES DECORATIVAS DEL LOUVRE

Objetivo: INFORMAR SOBRE LA EXPOSICIÓN TEMPORAL DE OTOÑO DEL PATRIMONIO NACIONAL.

Coste total: 185.425,01 **Periodo de ejecución:** De octubre de 2007 a enero de 2008

Adjudicatarios: Publicidad/ creatividad: RR.Públicas:
Compra de Medios: Compra directa Otros:

Plan de Medios: Televisión (8,29%), Radio (14,63%), Prensa (44,38%), Internet (3,13%) y Exterior (29,57%) de un total de 185.425,01 euros

MINISTERIO DE ECONOMÍA Y HACIENDA

AEAT

INFORMACIÓN Y ASISTENCIA AL CIUDADANO

Objetivo: FACILITAR EL CUMPLIMIENTO VOLUNTARIO DE LAS OBLIGACIONES FISCALES.

Coste total: 5.113.115 **Periodo de ejecución:** De 4 de marzo de 2007 a 3 de marzo de 2008

Adjudicatarios: Publicidad/ creatividad: Publicis RR.Públicas:
Compra de Medios: Media Planning Group S.A. Otros:

Plan de Medios: Televisión (50,62%), Radio (11,56%), Prensa (34,32%) e Internet (3,5%) de un total de 4.358.786 euros

Medidas accesibilidad: Subtitulación

AEAT

SENSIBILIZACIÓN SOBRE EL FRAUDE FISCAL

Objetivo: MEJORAR LA SENSIBILIZACIÓN DE LOS CIUDADANOS SOBRE EL FRAUDE FISCAL.

Coste total: 1.888.515,3 **Periodo de ejecución:** De 4 de marzo de 2007 a 3 de marzo de 2008

Adjudicatarios: Publicidad/ creatividad: Publicis RR.Públicas:
Compra de Medios: Media Planning Group S.A. Otros:

Plan de Medios: Televisión (56,2%), Radio (26,56%), Prensa (11,62%) e Internet (5,61%) de un total de 1.637.072,50 euros

Medidas accesibilidad: Subtitulación

EXPASA AGRICULTURA Y GANADERÍA S.A.

INFORMACIÓN HORARIA DE LA SOCIEDAD

Objetivo: INFORMAR SOBRE LOS HORARIOS DE LA SOCIEDAD.

Coste total: 5.625 **Periodo de ejecución:** De febrero a noviembre de 2007

Adjudicatarios: Publicidad/ creatividad: RR.Públicas:
Compra de Medios: Compra directa Otros:

Plan de Medios: Prensa (100%) de un total de 5.625 euros

EXPOAGUA ZARAGOZA 2008 (*)

FALTA UN AÑO

Objetivo: LANZAMIENTO IMAGEN EXPO A NIVEL NACIONAL, CUANDO FALTA 1 AÑO PARA LA INAUGURACIÓN DE EXPO (14/06/2007). REMARCAR FECHA INICIO DE EVENTO.

Coste total: 2.462.193,66 **Periodo de ejecución:** Junio y julio de 2007

Adjudicatarios: Publicidad/ creatividad: DDB RR.Públicas:

Compra de Medios: Media Planning Group Otros:
S.A.

Plan de Medios: Televisión (56,62%), Prensa (25,34%), Internet (5,55%) y Marketing (12,48%) de un total de 2.462.193,66 euros

EXPOAGUA ZARAGOZA 2008 (*)

BOB DYLAN CON EXPO ZARAGOZA 2008

Objetivo: COLABORACIÓN DE BOB DYLAN CON EXPO ZARAGOZA 2008 PARA INCREMENTAR LA NOTORIEDAD DE LA EXPO Y EL CONOCIMIENTO ENTRE EL PÚBLICO.

Coste total: 3.906.765,99 **Periodo de ejecución:** De 20 de noviembre de 2007 a 6 de enero de 2008

Adjudicatarios: Publicidad/ creatividad: DDB RR.Públicas:

Compra de Medios: Media Planning Group Otros:
S.A.

Plan de Medios: Televisión (53,74%), Radio (10,93%), Prensa (15,73%), Internet (4,05%), Exterior (7,86%) y Marketing (7,71%) de un total de 3.906.765,99 euros

HIPÓDROMO ZARZUELA (SEPI)

CONOCER LAS CARRERAS HÍPICAS

Objetivo: DAR A CONOCER LAS CARRERAS.

Coste total: 15.840,57 **Periodo de ejecución:** De 20 de marzo a 25 de noviembre de 2007

Adjudicatarios: Publicidad/ creatividad: RR.Públicas:

Compra de Medios: Compra directa Otros: Convenio de
colaboración
publicitaria con
esMADRID (Empresa
Municipal de
Promoción de Madrid,
S.A.)

Plan de Medios: Prensa (16,08%) y convenio con esMADRID (83,92%) de un total de 15.110,63 euros

* Grupo Patrimonio

INE

PUBLICACIÓN SECCIONES MESAS Y LOCALES ELECCIONES LOCALES Y AUTONÓMICAS 2007

Objetivo: CUMPLIMIENTO DEL ART. 24.4 DE LA LEY ORGÁNICA DEL RÉGIMEN ELECTORAL GENERAL.

Coste total: 1.909.992,91 **Periodo de ejecución:** De 17 a 24 de mayo de 2007

Adjudicatarios: Publicidad/ creatividad: RR.Públicas:
Compra de Medios: Q & A Publicidad y Otros:
Marketing S.A.

Plan de Medios: Prensa (100%) de un total de 1.909.992,91 euros

INE

PUBLICACIÓN SECCIONES MESAS Y LOCALES ELECCIONES LOCALES PARCIALES 2007

Objetivo: CUMPLIMIENTO DEL ART. 24.4 DE LA LEY ORGÁNICA DEL RÉGIMEN ELECTORAL GENERAL.

Coste total: 11.532,38 **Periodo de ejecución:** De 18 a 25 de octubre de 2007

Adjudicatarios: Publicidad/ creatividad: RR.Públicas:
Compra de Medios: Compra directa Otros:

Plan de Medios: Prensa (100%) de un total de 11.532,38 euros

[Campaña sobrevenida](#)

SOCIEDAD ESTATAL DE CONMEMORACIONES CULTURALES S.A. (*)
GENÉRICA

Objetivo: DAR A CONOCER A LA SOCIEDAD LAS ACTIVIDADES DE CONMEMORACIONES, OBRAS Y ACONTECIMIENTOS HISTÓRICOS Y CULTURALES.

Coste total: 318.560,18 **Periodo de ejecución:** De febrero a noviembre de 2007

Adjudicatarios: Publicidad/ creatividad: Barómetro Publicitario, RR.Públicas:
Loher
Compra de Medios: Compra directa Otros:

Plan de Medios: Radio (2,6%), Prensa (96,59%) y Otros (0,81%) de un total de 273.142,50 euros

* Grupo Patrimonio

MINISTERIO DE ASUNTOS EXTERIORES Y DE COOPERACIÓN

ASUNTOS EXTERIORES Y COOPERACIÓN

TU EMBAJADA PUEDE AYUDARTE

Objetivo: REALZAR VOCACIÓN DE SERVICIO DE EMBAJADAS Y CONSULADOS PARA CIUDADANOS QUE VIAJEN O RESIDAN EN EL EXTERIOR.

Coste total: 298.160,81 **Periodo de ejecución:** De julio a diciembre de 2007

| | |
|---|--|
| Adjudicatarios: Publicidad/ creatividad: | RR.Públicas: |
| Compra de Medios: Publimedia Sistemas Publicitarios | Otros: Impresión Folleto Divulgativo, Cartel Divulgativo, Distribución, Servicio Creatividad Atlandida |

Plan de Medios: Radio (33,68%), Prensa (42,56%) y Folletos y Carteles (23,76%) de un total de 298.160,81 euros

SECRETARÍA DE ESTADO PARA LA UNIÓN EUROPEA

HABLAMOS DE EUROPA

Objetivo: INFORMACIÓN PARA QUE LOS CIUDADANOS CONOZCAN EL PROYECTO EUROPEO Y LO SIENTAN PRÓXIMO.

Coste total: 600.000 **Periodo de ejecución:** De enero a diciembre de 2007

| | |
|---|--|
| Adjudicatarios: Publicidad/ creatividad: | RR.Públicas: |
| Compra de Medios: | Otros: Resolución de convocatorias publicadas en el Boletín Oficial del Estado |

Plan de Medios: No hay Plan de medios. El monto total corresponde a subvenciones para seminarios y conferencias

AGENCIA ESPAÑOLA DE COOPERACIÓN INTERNACIONAL

DÍA DEL COOPERANTE (8 DE SEPTIEMBRE)

Objetivo: DIVULGAR LA LABOR DE COOPERANTES EN PAÍSES EN VÍAS DE DESARROLLO BUSCANDO RECONOCIMIENTO DE LOS DESTINATARIOS Y PÚBLICO.

Coste total: 149.800 **Periodo de ejecución:** De 1 a 15 de septiembre de 2007

| | |
|--|--------------|
| Adjudicatarios: Publicidad/ creatividad: Zamorano Asociados | RR.Públicas: |
| Compra de Medios: | Otros: |

Plan de Medios: No hay Plan de medios (se hizo gratis). El monto total, 149.800 euros, corresponde a creatividad

AGENCIA ESPAÑOLA DE COOPERACIÓN INTERNACIONAL

COOPERAMOS

Objetivo: EXPLICAR NECESIDAD DE AYUDA OFICIAL AL DESARROLLO Y REFORMA DE LA AECI. EFICACIA Y TRANSPARENCIA PARA CIUDADANÍA.

Coste total: 43.720 **Periodo de ejecución:** De enero a diciembre de 2007

Adjudicatarios: Publicidad/ creatividad: RR.Públicas:
Compra de Medios: Compra directa Otros:

Plan de Medios: Prensa (100%) de un total de 43.720 euros

MINISTERIO DE JUSTICIA

JUSTICIA

LA LIBRE ELECCIÓN DE NOMBRE

Objetivo: INFORMAR SOBRE LA LIBRE ELECCIÓN DE NOMBRE PERSONAS FÍSICAS.

Coste total: 11.980 **Periodo de ejecución:** De abril a junio de 2007 (Distribución de trípticos: diciembre 2007)

Adjudicatarios: Publicidad/ creatividad: Charly's World S.L. RR.Públicas:
Compra de Medios: Otros:

Plan de Medios: Diseño y Edición de Trípticos (100%) de un total de 11.980 euros

JUSTICIA

NUEVO REGISTRO DE PÓLIZAS

Objetivo: INFORMACIÓN SOBRE EL NUEVO REGISTRO DE SEGUROS DE VIDA CON COBERTURA DE FALLECIMIENTO.

Coste total: 19.780 **Periodo de ejecución:** De junio a diciembre de 2007

Adjudicatarios: Publicidad/ creatividad: Dark The Matrioska's Project S.L. RR.Públicas:
Compra de Medios: Otros: Gráficas Jostom S.L.

Plan de Medios: Diseño y Edición de Trípticos (100%) de un total de 19.780 euros

ABOGACÍA GENERAL DEL ESTADO

PROMOCIÓN EN LAS UNIVERSIDADES Y DIFUSIÓN DE LAS JORNADAS SOBRE DERECHO, INMIGRACIÓN E INTEGRACIÓN

Objetivo: DAR A CONOCER A LOS UNIVERSITARIOS ESPAÑOLES EL SERVICIO JURÍDICO DEL ESTADO COMO OPCIÓN PROFESIONAL E INVITAR AL PÚBLICO EN GENERAL A ASISTIR A LAS JORNADAS DE ESTUDIO SOBRE DERECHO, INMIGRACIÓN E INTEGRACIÓN.

Coste total: 22.446,38 **Periodo de ejecución:** De marzo a diciembre de 2007

Adjudicatarios: Publicidad/ creatividad: RR.Públicas:
Compra de Medios: Edición folletos empresa Otros: Creatividad TwoMuch
Nova Publicidad y Research Group
Marketing, Shackleton (Hermanos Barral
AD Madrid S.A. González S.L.)

Plan de Medios: Prensa (50,06%) y Folletos (49,94%) de un total de 22.446,38 euros

[Campaña sobrevenida](#)

CENTRO DE ESTUDIOS JURÍDICOS

OFERTA EMPLEO EN ADMINISTRACIÓN JUSTICIA

Objetivo: DIVULGAR ACCESO AL SERVICIO PÚBLICO DE LA ADMINISTRACIÓN DE JUSTICIA: BECAS.

Coste total: 6.306,22 **Periodo de ejecución:** 12, 13 y 14 de julio de 2007

Adjudicatarios: Publicidad/ creatividad: RR.Públicas:
Compra de Medios: Compra directa Otros:

Plan de Medios: Prensa (100%) de un total de 6.306,22 euros

MINISTERIO DE DEFENSA

DIRECCIÓN GENERAL RECLUTAMIENTO Y ENSEÑANZA

APOYO RECLUTAMIENTO AÑO 2007

Objetivo: APOYAR AL RECLUTAMIENTO DE TROPA Y MARINERÍA, Y RESTO DE LOS CUERPOS Y ESCALAS DE LAS FUERZAS ARMADAS.

Coste total: 12.526.722,90 **Periodo de ejecución:** De enero a diciembre de 2007

Adjudicatarios: Publicidad/ creatividad: Young&Rubican RR.Públicas:
Compra de Medios: Meidaedge.Cia Otros: Cuadrifolio,
Wunderman, Grupo
K, Artegraf, Aja

Plan de Medios: Televisión (26,38%), Radio (7,03%), Prensa (27,28%), Internet (3,35%), Exterior (4,52%), Marketing (7,88%) y Patrocinio, Cine, Ferias, Mantenimiento de Página Web, Imprenta y Distribución (23,57%) de un total de 10.152.706,36 euros

Medidas accesibilidad: Subtitulación y lenguas oficiales autonómicas

MINISTERIO DEL INTERIOR

DIRECCIÓN GENERAL DE TRÁFICO

DIVULGATIVA DE LA SEGURIDAD PARA 2007

Objetivo: PROMOVER UNA CULTURA VIAL HACIA LA SEGURIDAD Y RECHAZO A LOS INFRACTORES.

Coste total: 13.741.686,99 **Periodo de ejecución:** De enero a diciembre de 2007

Adjudicatarios: Publicidad/ creatividad: Publicis Comunicación España S.A. RR.Públicas:
Compra de Medios: Publicis Comunicación España S.A. Otros:

Plan de Medios: Televisión (78,57%), Prensa (17,39%), Internet (1,24%) y Otros (2,8%) de un total de 10.735.111 euros

Medidas accesibilidad: Subtitulación/W3c-WAI-AA

DIRECCIÓN GENERAL DE TRÁFICO

DIVULGACIÓN DE LA SEGURIDAD VIAL A TRAVÉS DE LA RADIO

Objetivo: DIFUSIÓN DE MENSAJES DE SEGURIDAD VIAL, DE CIRCUNSTANCIAS DE TRÁFICO Y REFUERZO DE CAMPAÑAS DE TV Y DE LA DGT Y GUARDIA CIVIL.

Coste total: 3.873.770,93 **Periodo de ejecución:** De enero a diciembre de 2007

Adjudicatarios: Publicidad/ creatividad: RR.Públicas:
Compra de Medios: Compra directa Otros:

Plan de Medios: Radio (100%) de un total de 3.873.770,93 euros

INTERIOR

PUBLICACIÓN DE GUÍA BUENAS PRÁCTICAS PARA FORMALIZACIÓN SOLICITUDES ASILO

Objetivo: DIFERENTES OBJETIVOS RELATIVOS A SOLICITUDES DE ASILO.

Coste total: 5.357,29 **Periodo de ejecución:** Año 2007

Adjudicatarios: Publicidad/ creatividad: RR.Públicas:
Compra de Medios: Otros: Empresa "Math Printer S.L."

Plan de Medios: Guía (100%) de un total de 5.357,29 euros

DIRECCIÓN GENERAL DE POLITICA INTERIOR

INFORMACIÓN SOBRE EL VOTO POR CORREO

Objetivo: CAMPAÑA VOTO POR CORREO EN ELECCIONES LOCALES Y AUTONÓMICAS 2007.

Coste total: 170.000 **Periodo de ejecución:** Febrero y marzo de 2007

Adjudicatarios: Publicidad/ creatividad: Asociación de Ideas RR.Públicas:
S.L. Otros:
Compra de Medios:

Plan de Medios: No hay Plan de Medios. Lo emitieron gratis TVE y RNE. El monto total, 170.000 euros, se refiere a creatividad

Medidas accesibilidad: Lenguaje de signos para sordomudos

DIRECCIÓN GENERAL DE POLITICA INTERIOR

PUBLICIDAD E INFORMACIÓN SOBRE EL CENSO ELECTORAL

Objetivo: CAMPAÑA INFORMATIVA CENSO PARA ELECCIONES LOCALES Y AUTONÓMICAS 2007.

Coste total: 170.000 **Periodo de ejecución:** Hasta 27 de marzo de 2007

Adjudicatarios: Publicidad/ creatividad: Casablanca Grupo de RR.Públicas:
Empresas S.L. Otros:
Compra de Medios:

Plan de Medios: No hay Plan de Medios. Lo emitieron gratis TVE y RNE. El monto total, 170.000 euros, se refiere a creatividad

Medidas accesibilidad: Lenguaje de signos para sordomudos

DIRECCIÓN GENERAL DE POLITICA INTERIOR
INFORMACIÓN SOBRE PROCEDIMIENTO DE VOTACIÓN

Objetivo: CAMPAÑA INFORMATIVA SOBRE PROCEDIMIENTO DE VOTACIÓN.

Coste total: 166.861,76 **Periodo de ejecución:** Hasta 27 de marzo de 2007

Adjudicatarios: Publicidad/ creatividad: Grupo de RR.Públicas:
Comunicación
Publicitaria S.A.
Compra de Medios: Otros:

Plan de Medios: No hay Plan de Medios. Lo emitieron gratis TVE y RNE. El monto total, 166.861,76 euros, se refiere a creatividad

Medidas accesibilidad: Lenguaje de signos para sordomudos

DIRECCIÓN GENERAL DE POLITICA INTERIOR
INFORMACIÓN PARA LOS CIUDADANOS DE LA U.E.

Objetivo: INFORMACIÓN CIUDADANOS UE Y NORUEGA RESIDENTES EN ESPAÑA SOBRE LEGISLACIÓN CON MOTIVO ELECCIONES LOCALES Y AUTONÓMICAS 2007.

Coste total: 60.000 **Periodo de ejecución:** Hasta 17 de enero de 2007

Adjudicatarios: Publicidad/ creatividad: Ricardo Pérez RR.Públicas:
Asociados S.A.
Compra de Medios: Otros:

Plan de Medios: No hay Plan de Medios. Lo emitieron gratis TVE y RNE. El monto total, 60.000 euros, se refiere a creatividad

Medidas accesibilidad: Lenguaje de signos para sordomudos

DIRECCIÓN GENERAL DE POLITICA INTERIOR
PUBLICIDAD E INFORMACIÓN SOBRE EL CENSO ELECTORAL

Objetivo: INFORMACIÓN CENSO ELECTORAL PARA REFERÉNDUM REFORMA ESTATUTO DE ANDALUCÍA.

Coste total: 40.000 **Periodo de ejecución:** Enero y febrero de 2007

Adjudicatarios: Publicidad/ creatividad: Casablanca Grupo de RR.Públicas:
Empresas S.L.
Compra de Medios: Otros:

Plan de Medios: No hay Plan de Medios. Lo emitieron gratis TVE y RNE. El monto total, 40.000 euros, se refiere a creatividad

Medidas accesibilidad: Lenguaje de signos para sordomudos

DIRECCIÓN GENERAL DE POLÍTICA INTERIOR

INFORMACIÓN SOBRE EL VOTO POR CORREO

Objetivo: CAMPAÑA VOTO POR CORREO PARA REFERÉNDUM REFORMA ESTATUTO ANDALUCÍA.

Coste total: 40.000 **Periodo de ejecución:** Enero de 2007

Adjudicatarios: Publicidad/ creatividad: Asociación de Ideas S.L. RR.Públicas:
Compra de Medios: Otros:

Plan de Medios: No hay Plan de Medios. Lo emitieron gratis TVE y RNE. El monto total, 40.000 euros, se refiere a creatividad

Medidas accesibilidad: Lenguaje de signos para sordomudos

DIRECCIÓN GENERAL APOYO A VÍCTIMAS DEL TERRORISMO

ANUNCIO TRIMESTRAL REVISTA FUNDACIÓN VÍCTIMAS DEL TERRORISMO

Objetivo: ACTIVIDADES DE ASISTENCIA A LAS VÍCTIMAS DEL TERRORISMO.

Coste total: 10.962 **Periodo de ejecución:** Enero a diciembre de 2007

Adjudicatarios: Publicidad/ creatividad: RR.Públicas:
Compra de Medios: Compra directa Otros:

Plan de Medios: Revista Fundación Víctimas del Terrorismo (100%) de un total de 10.962 euros

DIRECCIÓN GENERAL APOYO A VÍCTIMAS DEL TERRORISMO

PARTICIPACIÓN EN EL SALÓN DE LA INFANCIA DE BARCELONA

Objetivo: DIVULGACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE LOS CUERPOS Y FUERZAS DE SEGURIDAD DEL ESTADO.

Coste total: 96.530 **Periodo de ejecución:** De 27 de diciembre de 2006 a 1 de febrero de 2007

Adjudicatarios: Publicidad/ creatividad: RR.Públicas:
Compra de Medios: Otros: Decoración y Paisaje S.A.

Plan de Medios: No hay Plan de Medios. Stand en el Salón de la Infancia de Barcelona (100%) de un total de 96.530 euros

DIRECCIÓN GENERAL DE LA POLICÍA Y DE LA GUARDIA CIVIL

CAMPAÑA PUBLICIDAD ESPECIALIDADES DEL CUERPO

Objetivo: IMAGEN INSTITUCIONAL, INCLUYENDO EN ELLA LA OFERTA DE EMPLEO PÚBLICO.

Coste total: 11.330,20 **Periodo de ejecución:** Año 2007

Adjudicatarios: Publicidad/ creatividad: RR.Públicas: Wunderman S.L.
Compra de Medios: Agencia Evol Publicidad S.A.L. Otros:

Plan de Medios: Exterior (100%) de un total de 11.330,20 euros

DIRECCIÓN GENERAL DE LA POLICÍA Y GUARDIA CIVIL (GUARDIA CIVIL)

CICLO FORMATIVO DESCUBRE LA GUARDIA CIVIL Y PROYECCIÓN IMAGEN INSTITUCIONAL

Objetivo: ACERCAR LA IMAGEN DE LA GUARDIA CIVIL AL ÁMBITO ESCOLAR, ALUMNOS DE COLEGIOS DE LA COMUNIDAD DE MADRID DE 10 Y 12 AÑOS E INTERIORIZAR LA IMAGEN INSTITUCIONAL DE LA GUARDIA CIVIL A LA SOCIEDAD Y AL ÁMBITO ESCOLAR EN PARTICULAR.

Coste total: 23.200 **Periodo de ejecución:** De enero a junio de 2007

Adjudicatarios: Publicidad/ creatividad: RR.Públicas:
Compra de Medios: Wunderman S.L. Otros:

Plan de Medios: Exterior (100%) de un total de 23.200 euros

[Campaña sobrevenida](#)

ORGANISMO AUTÓNOMO DE TRABAJO PENITENCIARIO Y FORMACIÓN PARA EL EMPLEO

ACCIONES DE FORMACIÓN PARA EL EMPLEO 2007

Objetivo: CAMPAÑA INFORMATIVA ACERCA DE LAS ACCIONES DE FORMACIÓN DIRIGIDA A LAS PERSONAS PRIVADAS DE LIBERTAD

Coste total: 3.013,52 **Periodo de ejecución:** Año 2007

Adjudicatarios: Publicidad/ creatividad: RR.Públicas:
Compra de Medios: Otros: Talleres propios

Plan de Medios: No hay Plan de Medios. Carteles (100%) de un total de 3.013,52 euros

ORGANISMO AUTÓNOMO DE TRABAJO PENITENCIARIO Y FORMACIÓN PARA EL EMPLEO

ACCIONES DE ACOMPAÑAMIENTO PARA LA INSERCIÓN Y LA ORIENTACIÓN LABORAL - 2007

Objetivo: CAMPAÑA INFORMATIVA ACERCA DE LOS PROGRAMAS DE ACOMPAÑAMIENTO PARA LA INSERCIÓN Y LA ORIENTACIÓN LABORAL DIRIGIDA A LAS PERSONAS PRIVADAS DE LIBERTAD, EN LIBERTAD CONDICIONAL Y EMPRESARIOS.

Coste total: 7.043,50 **Periodo de ejecución:** Año 2007

Adjudicatarios: Publicidad/ creatividad: RR.Públicas:
Compra de Medios: Otros: Talleres propios

Plan de Medios: No hay Plan de Medios. Carteles (100%) de un total de 7.043,50 euros

[Campaña sobrevenida](#)

MINISTERIO DE FOMENTO

FOMENTO

AUTOVIAS 1ª GENERACIÓN COMUNICACIÓN DE OBRAS

Objetivo: INFORMAR ACTUACIONES MINISTERIO COMUNICANDO A POSIBLES AFECTADOS.

Coste total: 598.743,52 **Periodo de ejecución:** No emitida aún.

Adjudicatarios: Publicidad/ creatividad: Euro RSCG RR.Públicas:
Compra de Medios: Otros:

Plan de Medios: No hay Plan de Medios, Realizada pero aún no emitida, el coste total corresponde a creatividad

FOMENTO

TELEFONO EMERGENCIAS SALVAMENTO MARÍTIMO

Objetivo: COMUNICAR TELÉFONO Y CANAL DE EMERGENCIAS.

Coste total: 441.964,92 **Periodo de ejecución:** De agosto a diciembre de 2007

Adjudicatarios: Publicidad/ creatividad: RR.Públicas:
Compra de Medios: Media Planning Group Otros:
S.A.

Plan de Medios: Televisión (19,31%) y Prensa (80,69%) de un total de 441.964,92 euros

FOMENTO

FOMENTO TRANSPORTE PUBLICO

Objetivo: FOMENTAR USO DEL TRANSPORTE PÚBLICO.

Coste total: 477.536,78 **Periodo de ejecución:** De marzo a julio de 2007

Adjudicatarios: Publicidad/ creatividad: RR.Públicas:
Compra de Medios: Tiempo BBDO / Media Otros:
Planning Group S.A.

Plan de Medios: Televisión (100%) de un total de 477.536,78 euros

Medidas accesibilidad: Subtitulación

ADIF

ALTA VELOCIDAD CÓRDOBA-MÁLAGA

Objetivo: DAR A CONOCER PUESTA DE SERVICIO DE LA LÍNEA.

Coste total: 378.133,09 **Periodo de ejecución:** De 2 de septiembre a 30 de diciembre de 2007

Adjudicatarios: Publicidad/ creatividad: TBWA RR.Públicas:
Compra de Medios: Media Planning Group Otros:
S.A.

Plan de Medios: Prensa (7,07%), Exterior (91,36%) y Otros (1,57%) de un total de 353.554,44 euros

ADIF

ALTA VELOCIDAD MADRID-VALLADOLID

Objetivo: DAR A CONOCER PUESTA DE SERVICIO DE LA LÍNEA.

Coste total: 218.174,24 **Periodo de ejecución:** De 2 de septiembre a 30 de diciembre de 2007

Adjudicatarios: Publicidad/ creatividad: TBWA RR.Públicas:

Compra de Medios: Media Planning Group Otros:
S.A.

Plan de Medios: Exterior (92,19%) y Otros (7,81%) de un total de 203.992,91 euros

ADIF

ALTA VELOCIDAD MADRID-ZARAGOZA-BARCELONA

Objetivo: DAR A CONOCER PUESTA DE SERVICIO DE LA LÍNEA.

Coste total: 385.854,57 **Periodo de ejecución:** De 2 de septiembre a 30 de diciembre de 2007

Adjudicatarios: Publicidad/ creatividad: TBWA RR.Públicas:

Compra de Medios: Media Planning Group Otros:
S.A.

Plan de Medios: Exterior (100%) de un total de 360.774,02 euros

ADIF

ESTACIONES DE ADIF E INFORMACIÓN TELEFÓNICA

Objetivo: DAR A CONOCER PERTENENCIA DE LAS ESTACIONES A ADIF Y NUMERO INFORMACIÓN SERVICIOS.

Coste total: 535.746,75 **Periodo de ejecución:** De 28 de noviembre a 9 de diciembre de 2007

Adjudicatarios: Publicidad/ creatividad: TBWA RR.Públicas:

Compra de Medios: Media Planning Group Otros:
S.A.

Plan de Medios: Radio (20,98%), Prensa (57,38%) e Internet (21,65%) de un total de 500.923,21 euros

ADIF

ALTA VELOCIDAD

Objetivo: INFORMAR SOBRE OBRAS, NUEVAS ESTACIONES, PUESTAS EN SERVICIO DE CATENARIAS Y CANALES INFORMATIVOS (TFNO., WEB, ETC.).

Coste total: 2.592.661 **Periodo de ejecución:** De enero a diciembre de 2007

Adjudicatarios: Publicidad/ creatividad: TBWA RR.Públicas:

Compra de Medios: Media Planning Group Otros:
S.A.

Plan de Medios: Radio (100%) de un total de 2.424.138,05 euros

[Campana sobrevenida](#)

ADIF

CAMPAÑA EMPLEO PÚBLICO

Objetivo: OFERTA EMPLEO PÚBLICO.

Coste total: 127.223,38 **Periodo de ejecución:** De 7 de marzo a 16 de diciembre de 2007

Adjudicatarios: Publicidad/ creatividad: TBWA RR.Públicas:
Compra de Medios: Media Planning Group Otros:
S.A.

Plan de Medios: Radio (100%) de un total de 118.953,86 euros

[Campaña sobrevenida](#)

AENA

FITUR

Objetivo: INFORMACIÓN NORMATIVA EUROPEA SOBRE LÍQUIDOS EN EQUIPAJE DE MANO A USUARIOS AEROPUERTOS AENA ASISTENTES A LA FERIA.

Coste total: 173.427 **Periodo de ejecución:** De enero a febrero de 2007

Adjudicatarios: Publicidad/ creatividad: Bassat-Ogilvy RR.Públicas:
Compra de Medios: Bassat-Ogilvy Otros:

Plan de Medios: Prensa (89,09%) y Exterior (10,91%) de un total de 156.754 euros

AENA

CANALES INFORMATIVOS DE AENA

Objetivo: INFORMAR A LOS OPERADORES Y USUARIOS DE LA RED DE AENA DE LOS CANALES INFORMATIVOS DE QUE DISPONEN PARA MEJORAR LA OPERATIVIDAD DE LOS AEROPUERTOS Y FACILITAR A LOS PASAJEROS SU PASO POR ÉSTOS.

Coste total: 316.284 **Periodo de ejecución:** De marzo a diciembre de 2007

Adjudicatarios: Publicidad/ creatividad: Bassat-Ogilvy RR.Públicas:
Compra de Medios: Bassat-Ogilvy Otros:

Plan de Medios: Televisión (9,95%) y Prensa (90,05%) de un total de 316.284 euros

[Campaña sobrevenida](#)

AENA

INFORMACIÓN OPERATIVA SOBRE OBRAS EN LOS AEROPUERTOS DE LA RED

Objetivo: INFORMAR A LOS PASAJEROS Y OPERADORES DE CUALQUIER ACONTECIMIENTO (OBRAS, CAMBIOS EN VIAJES, ETC.) QUE INTERFIERA EN LA OPERATIVIDAD DE LOS AEROPUERTOS DE LA RED DE AENA CON EL OBJETIVO DE EVITAR SITUACIONES DE CAOS.

Coste total: 370.525 **Periodo de ejecución:** De febrero a diciembre de 2007

Adjudicatarios: Publicidad/ creatividad: Bassat-Ogilvy RR.Públicas:
Compra de Medios: Bassat-Ogilvy Otros:

Plan de Medios: Televisión (26,75%) y Prensa (73,25%) de un total de 370.525 euros

[Campaña sobrevenida](#)

PUERTOS DEL ESTADO

FERIA INTERNACIONAL LOGÍSTICA BARCELONA (SIL)

Objetivo: PROMOCIONAR ESPAÑA PUERTOS COMO PLATAFORMAS LOGÍSTICAS Y TRANSPORTE MARÍTIMO COMO ALTERNATIVO A CARRETERA.

Coste total: 20.000 **Periodo de ejecución:** De enero a diciembre de 2007

Adjudicatarios: Publicidad/ creatividad: RR.Públicas:
Compra de Medios: Compra directa Otros:

Plan de Medios: Prensa (70%) e Internet (30%) de un total de 20.000 euros

PUERTOS DEL ESTADO

INSERCIONES PUBLICITARIAS EN ANUARIOS Y GUÍAS

Objetivo: PROMOCIÓN PUERTOS DE INTERÉS GENERAL DEL ESTADO E IMPORTANCIA PARA LA ECONOMÍA ESPAÑOLA.

Coste total: 9.000 **Periodo de ejecución:** Año 2007

Adjudicatarios: Publicidad/ creatividad: RR.Públicas:
Compra de Medios: Compra directa Otros:

Plan de Medios: Prensa (100%) de un total de 9.000 euros

PUERTOS DEL ESTADO

FERIA INTERNACIONAL CRUCEROS SEATRADE-MIAMI

Objetivo: PROMOCIONAR PUERTOS DE ESPAÑA COMO DESTINO DEL TURISMO DE CRUCEROS.

Coste total: 14.500 **Periodo de ejecución:** Año 2007

Adjudicatarios: Publicidad/ creatividad: RR.Públicas:
Compra de Medios: Compra directa Otros:

Plan de Medios: Prensa (100%) de un total de 14.500 euros

RENFE OPERADORA

ALTA VELOCIDAD HASTA TARRAGONA Y ANTEQUERA

Objetivo: INCENTIVAR APARICIÓN DE NUEVOS CONSUMIDORES PARA PROBAR LOS SERVICIOS Y PRODUCTOS DE EMPRESA.

Coste total: 5.207.743,83 **Periodo de ejecución:** Enero y febrero de 2007

Adjudicatarios: Publicidad/ creatividad: TBWA España RR.Públicas:
Compra de Medios: Starcom MediaVest Group Otros:

Plan de Medios: Televisión (43,32%), Radio (9,34%), Prensa (23,63%), Internet (3,59%) y Exterior (20,12%) de un total de 4.761.166,03 euros

Medidas accesibilidad: Subtitulación

RENFE OPERADORA

CERCANÍAS

Objetivo: FORTALECER FIDELIDAD CLIENTES ACTUALES E INCENTIVAR APARICIÓN DE NUEVOS CLIENTES.

Coste total: 2.887.348,87 **Periodo de ejecución:** De enero a octubre de 2007

Adjudicatarios: Publicidad/ creatividad: TBWA España RR.Públicas:

Compra de Medios: Starcom MediaVest Otros:
Group

Plan de Medios: Radio (27,16%), Prensa (55,55%), Exterior (12,56%) y Otros (4,73%) de un total de 2.093.687,37 euros

Medidas accesibilidad: Subtitulación

RENFE OPERADORA

MEDIA DISTANCIA

Objetivo: FORTALECER FIDELIDAD CLIENTES ACTUALES E INCENTIVAR APARICIÓN DE NUEVOS CLIENTES.

Coste total: 414.197,42 **Periodo de ejecución:** De febrero a diciembre de 2007

Adjudicatarios: Publicidad/ creatividad: TBWA España RR.Públicas:

Compra de Medios: Starcom MediaVest Otros:
Group

Plan de Medios: Radio (30,25%), Prensa (62,28%) e Internet (7,47%) de un total de 319.531,21 euros

RENFE OPERADORA

LARGA DISTANCIA

Objetivo: DIFUNDIR LAS VENTAJAS DEL SERVICIO FERROVARIO EN DISTINTOS CORREDORES.

Coste total: 3.278.974,66 **Periodo de ejecución:** De enero a junio de 2007

Adjudicatarios: Publicidad/ creatividad: TBWA España RR.Públicas:

Compra de Medios: Starcom MediaVest Otros:
Group

Plan de Medios: Televisión (7,72%), Radio (14,43%), Prensa (49,49%), Internet (4,41%) y Exterior (23,95%) de un total de 2.637.891,24 euros

Medidas accesibilidad: Subtitulación

RENFE OPERADORA

VELOCIDAD A BARCELONA, VALLADOLID Y MÁLAGA

Objetivo: DIFUNDIR LAS VENTAJAS DEL TREN CON LA PUESTA EN SERVICIO DE NUEVAS INFRAESTRUCTURAS.

Coste total: 6.811.987,81 **Periodo de ejecución:** De octubre a diciembre de 2007

Adjudicatarios: Publicidad/ creatividad: TBWA España RR.Públicas:

Compra de Medios: Starcom MediaVest Otros:
Group

Plan de Medios: Televisión (55,7%), Radio (0,59%), Prensa (9,74%), Exterior (21,97%) y Otros (12,01%) de un total de 5.967.831,09 euros

Medidas accesibilidad: Subtitulación

RENFE OPERADORA

MEDIO AMBIENTE

Objetivo: PROMOVER LOS VALORES MEDIOAMBIENTALES DEL TRANSPORTE DE VIAJEROS Y MERCANCIAS POR FERROCARRIL. DIRIGIDA PRIORITARIAMENTE A LOS USUARIOS Y CLIENTES DE LOS SERVICIOS FERROVIARIOS, PERO DEBE LLEGAR TAMBIÉN A LA POBLACIÓN EN GENERAL.

Coste total: 541.532,93 **Periodo de ejecución:** Junio y julio de 2007

Adjudicatarios: Publicidad/ creatividad: TBWA España RR.Públicas:
Compra de Medios: Starcom MediaVest Otros:
Group

Plan de Medios: Radio (11,14%) y Otros (88,86%) de un total de 506.328,88 euros

Medidas accesibilidad: Subtitulación

[Campaña sobrevenida](#)

SENASA. SERVICIOS Y ESTUDIOS PARA LA NAVEGACIÓN AÉREA Y LA SEGURIDAD AERONÁUTICA S.A. (*)

PUBLICIDAD AVIACIÓN DEPORTIVA

Objetivo: PROMOCIÓN ACTIVIDAD DE AVIACIÓN E INFORMACIÓN PARA PRÁCTICA O CURSOS DE INICIACIÓN DE AVIACIÓN DEPORTIVA.

Coste total: 7.903 **Periodo de ejecución:** De enero a octubre de 2007

Adjudicatarios: Publicidad/ creatividad: RR.Públicas:
Compra de Medios: Compra directa Otros:

Plan de Medios: Revista (100%) de un total de 7.903 euros

SENASA. SERVICIOS Y ESTUDIOS PARA LA NAVEGACIÓN AÉREA Y LA SEGURIDAD AERONÁUTICA S.A. (*)

PUBLICIDAD INSTITUCIONAL

Objetivo: PROMOCIÓN Y CONOCIMIENTO DE ACTIVIDADES DE SENASA.

Coste total: 60.522,21 **Periodo de ejecución:** De enero a diciembre de 2007

Adjudicatarios: Publicidad/ creatividad: RR.Públicas:
Compra de Medios: Compra directa Otros:

Plan de Medios: Revistas (100%) de un total de 60.522,21 euros

* Grupo Patrimonio

MINISTERIO DE EDUCACIÓN Y CIENCIA

EDUCACIÓN Y CIENCIA

EJECUCIÓN DEL PLAN GENERAL DE COMUNICACIÓN DE LA SECRETARÍA GENERAL DE POLÍTICA CIENTÍFICA Y TECNOLÓGICA

Objetivo: EJECUCIÓN DEL PLAN GENERAL DE COMUNICACIÓN DE LA SECRETARÍA GENERAL DE POLÍTICA CIENTÍFICA Y TECNOLÓGICA.

Coste total: 363.147,46 **Periodo de ejecución:** De 30 de julio de 2007 a 29 de julio de 2009

Adjudicatarios: Publicidad/ creatividad: Síntesis Diseño S.A. RR.Públicas:

Compra de Medios: Síntesis Diseño S.A. Otros: Síntesis Diseño S.A.

Plan de Medios: Prensa (53,13%), Internet (14,1%) y Marketing (32,77%) de un total de 357.897,46 euros

Medidas accesibilidad: Nivel A de la Iniciativa de Accesibilidad Web (WAI) en soporte Internet. Contraste y tamaños tipográficos adecuados en soportes gráficos

EDUCACIÓN Y CIENCIA

THAT'S ENGLISH

Objetivo: DIFUNDIR LA EXISTENCIA DEL PROGRAMA THAT'S ENGLISH.

Coste total: 691.976,87 **Periodo de ejecución:** De 1 de septiembre a 15 de octubre de 2007

Adjudicatarios: Publicidad/ creatividad: Contacto Total S.L. RR.Públicas:

Compra de Medios: Contacto Total S.L. Otros: Intro Publicidad y Comunicación

Plan de Medios: Radio (2,91%), Prensa (96,81%) y Exterior (0,28%) de un total de 650.571,46 euros

SECRETARÍA GENERAL DE EDUCACIÓN

AYUDAS PARA CURSOS DE INMERSIÓN LINGÜÍSTICA EN INGLÉS

Objetivo: DIFUSIÓN DE UNA NUEVA CONVOCATORIA DE AYUDAS DESTINADAS A ALUMNOS BECARIOS DEL MEC.

Coste total: 30.977,65 **Periodo de ejecución:** Diciembre de 2007

Adjudicatarios: Publicidad/ creatividad: RR.Públicas:

Compra de Medios: Compra directa Otros:

Plan de Medios: Prensa (100%) de un total de 30.977,65 euros

[Campaña sobrevenida](#)

D.G. DE EDUCACIÓN, FORMACIÓN PROFESIONAL E I. EDUCATIVA

PONLE TÍTULO A TU FUTURO

Objetivo: FOMENTAR LA IMAGEN DE LA FORMACIÓN PROFESIONAL.

Coste total: 7.159.655,88 **Periodo de ejecución:** De junio a diciembre de 2007

Adjudicatarios: Publicidad/ creatividad: RR.Públicas:

Compra de Medios: Cencomed S.A. Otros:

Plan de Medios: Televisión (52,52%), Radio (9,32%), Prensa (10,73%), Internet (4,71%), Exterior (17,86%) y Otros (4,86%) de un total de 7.159.655,88 euros

Medidas accesibilidad: Sobreimpresión de títulos y textos

D.G. DE EDUCACIÓN, FORMACIÓN PROFESIONAL E I. EDUCATIVA

CAMPEONATO NACIONAL DE FORMACIÓN PROFESIONAL, SPAINSKILLS Y CAMPEONATO MUNDIAL DE WORLDSKILLS EN JAPÓN 2007

Objetivo: PROMOCIONAR LA EXCELENCIA DE LA FORMACIÓN PROFESIONAL A TRAVÉS DE LA CONVOCATORIA DE LOS CAMPEONATOS NACIONALES DE SPAINSKILLS.

Coste total: 109.793,47 **Periodo de ejecución:** De marzo a noviembre de 2007

Adjudicatarios: Publicidad/ creatividad: RR.Públicas:

Compra de Medios: Otros: Varios adjudicatarios

Plan de Medios: No hay Plan de medios. Imagen gráfica y edición de folletos informativos (100%) de un total de 109.793,47 euros

D.G. DE EDUCACIÓN, FORMACIÓN PROFESIONAL E I. EDUCATIVA

COLABORACIÓN EN CAMPAÑA DE AULA 2007. SALÓN DEL ESTUDIANTE Y LA OFERTA EDUCATIVA

Objetivo: FOMENTAR LA IMAGEN DE LA FORMACIÓN PROFESIONAL.

Coste total: 32.813,02 **Periodo de ejecución:** Marzo de 2007

Adjudicatarios: Publicidad/ creatividad: RR.Públicas:

Compra de Medios: Otros: Varios adjudicatarios

Plan de Medios: No hay Plan de medios. Edición de folletos y materiales promocionales (100%) de un total de 32.813,02 euros

D.G. DE EDUCACIÓN, FORMACIÓN PROFESIONAL E I. EDUCATIVA

CAMPAÑA DE DIFUSIÓN EUROPASS FOMENTO DE LA MOVILIDAD TRANSNACIONAL DE TRABAJADORES Y ESTUDIANTES EN LA UNIÓN EUROPEA

Objetivo: POTENCIAR MOVILIDAD DE JÓVENES ESTUDIANTES EN LA UE.

Coste total: 32.285 **Periodo de ejecución:** De febrero a diciembre de 2007

Adjudicatarios: Publicidad/ creatividad: RR.Públicas:

Compra de Medios: Otros: Varios adjudicatarios

Plan de Medios: No hay Plan de medios. Edición de folletos y materiales promocionales (100%) de un total de 32.285 euros

CONSEJO SUPERIOR DE DEPORTES

"BERNI", EL DIVERTIDO MUNDO DE LOS DEPORTES

Objetivo: IMPULSAR LA PRÁCTICA DEPORTIVA COMO FACTOR DE FORMACIÓN Y SALUD HACIENDO HINCAPIÉ EN LOS VALORES DEL DEPORTE.

Coste total: 590.000 **Periodo de ejecución:** Año 2007

Adjudicatarios: Publicidad/ creatividad: BRB Internacional S.A. RR.Públicas:

Compra de Medios: BRB Internacional S.A. Otros:

Plan de Medios: Cine (100%) de un total de 590.000 euros

Medidas accesibilidad: Subtitulación y audiodescripción escrita y hablada

MINISTERIO DE TRABAJO Y ASUNTOS SOCIALES

SECRETARÍA DE ESTADO DE INMIGRACIÓN Y EMIGRACIÓN

INTEGRACION DE LOS INMIGRANTES

Objetivo: CONSEGUIR MEJORAR IMAGEN DE LA INMIGRACIÓN.

Coste total: 2.039.880 **Periodo de ejecución:** De octubre a diciembre de 2007

Adjudicatarios: Publicidad/ creatividad: Concepto Staff de Publicidad RR.Públicas:

Compra de Medios: Concepto Staff de Publicidad Otros:

Plan de Medios: Televisión (57,98%), Radio (19,69%), Prensa (12,37%), Internet (0,62%) y Exterior (9,34%) de un total de 1.679.987 euros

Medidas accesibilidad: Subtitulación

DELEGACIÓN ESPECIAL DEL GOBIERNO CONTRA LA VIOLENCIA SOBRE LA MUJER

INFORMACIÓN SOBRE VIOLENCIA DE GÉNERO PARA TODOS

Objetivo: LANZAMIENTO DEL TELÉFONO ESTATAL DE INFORMACIÓN SOBRE VIOLENCIA DE GÉNERO.

Coste total: 2.884.323 **Periodo de ejecución:** Noviembre y diciembre de 2007

Adjudicatarios: Publicidad/ creatividad: Tactis Europe RR.Públicas:

Compra de Medios: Gesmedia Otros:

Plan de Medios: Televisión (74,07%), Radio (8,57%), Prensa (11,52%), Internet (1,66%) y Otros (4,17%) de un total de 2.061.659 euros

Medidas accesibilidad: Subtitulación

DELEGACIÓN ESPECIAL DEL GOBIERNO CONTRA LA VIOLENCIA SOBRE LA MUJER

EL DEPORTE CONTRA LA VIOLENCIA DE GÉNERO

Objetivo: SENSIBILIZAR A LA SOCIEDAD SOBRE EL PROBLEMA DE LA VIOLENCIA
SOBRE LA MUJER.

Coste total: 0 **Periodo de ejecución:** Cada mes a un deporte

Adjudicatarios: Publicidad/ creatividad: RR.Públicas:
Compra de Medios: Otros:

Plan de Medios: No hay Plan de Medios. Campaña sin coste

DELEGACIÓN ESPECIAL DEL GOBIERNO CONTRA LA VIOLENCIA SOBRE LA MUJER

LA LIGA DE FUTBOL PROFESIONAL CONTRA LA VIOLENCIA SOBRE LA MUJER

Objetivo: SENSIBILIZAR A LOS HOMBRES SOBRE EL PROBLEMA DE LA VIOLENCIA
SOBRE LA MUJER.

Coste total: 0 **Periodo de ejecución:** 24 y 25 de noviembre y 1 y 2 de
diciembre de 2007

Adjudicatarios: Publicidad/ creatividad: RR.Públicas:
Compra de Medios: Otros:

Plan de Medios: No hay Plan de Medios. Campaña financiada por la LFP

DELEGACIÓN ESPECIAL DEL GOBIERNO CONTRA LA VIOLENCIA SOBRE LA MUJER

CAMPAÑA CONTRA LA VIOLENCIA DE GÉNERO

Objetivo: PROMOVER ACCIONES DE INFORMACIÓN Y SENSIBILIZACIÓN CONTRA LA
VIOLENCIA DE GÉNERO.

Coste total: 4.992.204 **Periodo de ejecución:** Julio y Agosto de 2007

Adjudicatarios: Publicidad/ creatividad: RR.Públicas:
Compra de Medios: Concepto Staff de Otros:
Publicidad

Plan de Medios: Televisión (100%) de un total de 4.992.204 euros

Medidas accesibilidad: Subtitulación

[Campaña sobrevenida](#)

IMERSO

LEY DE DEPENDENCIA

Objetivo: INFORMAR Y DIVULGAR LA LEY DE PROMOCIÓN DE LA AUTONOMÍA PERSONAL Y ATENCIÓN A LAS PERSONAS EN SITUACIÓN DE DEPENDENCIA.

Coste total: 9.927.784 **Periodo de ejecución:** Diciembre de 2007

Adjudicatarios: Publicidad/ creatividad: Abril Comunicación RR.Públicas:

Compra de Medios: Zenith Media Otros:

Plan de Medios: Televisión (43%), Radio (13%), Prensa (37%), Internet (2%) y Exterior (5%) de un total de 8.999.784 euros

Medidas accesibilidad: Subtitulación

INSTITUTO DE LA JUVENTUD

PROGRAMA DE EMANCIPACIÓN JOVEN

Objetivo: DIFUNDIR EL PROGRAMA DE EMANCIPACIÓN JOVEN, FACILITAR EL ACCESO AL EMPLEO Y LA VIVIENDA A LOS JOVENES.

Coste total: 84.000 **Periodo de ejecución:** Diciembre de 2007

Adjudicatarios: Publicidad/ creatividad: Schober I. G., RR.Públicas:

Eurocampus, Lola
Comunicación, GDM

Compra de Medios: Compra directa Otros:

Plan de Medios: Radio (33,33%) y Exterior (66,67%) de un total de 84.000 euros

INSTITUTO DE LA JUVENTUD

SOMOS DIFERENTES, SOMOS IGUALES. INTOLERANTESANONIMOS.ORG

Objetivo: PROMOVER LA DIVERSIDAD, LOS DERECHOS HUMANOS Y LA PARTICIPACIÓN.

Coste total: 20.275 **Periodo de ejecución:** De enero a septiembre de 2007

Adjudicatarios: Publicidad/ creatividad: Gráficas Marte, RR.Públicas:

Lettergraff

Compra de Medios: Otros:

Plan de Medios: Exterior (73,98%) y Otros (26,02%) de un total de 20.275 euros

Medidas accesibilidad: Subtitulación

INSTITUTO DE LA MUJER

8 DE MARZO DÍA INTERNACIONAL DE LAS MUJERES

Objetivo: CONMEMORACIÓN DE ESTE DÍA.

Coste total: 161.998 **Periodo de ejecución:** 8 de marzo de 2007

Adjudicatarios: Publicidad/ creatividad: RR.Públicas:

Compra de Medios: Publicidad Gisbert Otros:

Plan de Medios: Prensa (100%) de un total de 161.998 euros

INSTITUTO DE LA MUJER

LEY DE IGUALDAD

Objetivo: DIFUNDIR EL CONOCIMIENTO DE LA LEY.

Coste total: 2.999.585 **Periodo de ejecución:** De 26 de noviembre a 16 de diciembre de 2007

Adjudicatarios: Publicidad/ creatividad: Abril Comunicación RR.Públicas:

Compra de Medios: Abril Comunicación Otros:

Plan de Medios: Televisión (51,25%), Radio (22,41%), Prensa (24,1%) e Internet (2,24%) de un total de 1.824.602 euros

Medidas accesibilidad: Subtitulación

INSTITUTO NACIONAL DE SEGURIDAD E HIGIENE EN EL TRABAJO

PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES

Objetivo: PROMOVER EL DESARROLLO DE UNA CONDUCTA PREVENTIVA FRENTE A LOS ACCIDENTES GRAVES Y MORTALES.

Coste total: 3.000.000 **Periodo de ejecución:** De 24 de octubre a 20 de noviembre de 2007

Adjudicatarios: Publicidad/ creatividad: Grey RR.Públicas:

Compra de Medios: Grey Otros:

Plan de Medios: Televisión (71,51%), Radio (12,83%), Prensa (8,73%) y Exterior (6,94%) de un total de 2.550.610 euros

Medidas accesibilidad: Subtitulación

[Campana sobrevenida](#)

SERVICIO PÚBLICO DE EMPLEO ESTATAL

PROMOCIÓN EMPLEO ESTABLE

Objetivo: PROMOCIONAR EL EMPLEO ESTABLE EN EL MUNDO LABORAL.

Coste total: 3.664.147 **Periodo de ejecución:** De 16 de marzo a 8 de abril de 2007

Adjudicatarios: Publicidad/ creatividad: Consuldis RR.Públicas:

Compra de Medios: Gesmedia Otros:

Plan de Medios: Televisión (51,13%), Radio (12,52%), Prensa (15,62%), Internet (2,14%), Exterior (14,91%) y Otros (3,68%) de un total de 3.298.147 euros

Medidas accesibilidad: Subtitulación

MINISTERIO DE INDUSTRIA, TURISMO Y COMERCIO

INDUSTRIA, TURISMO Y COMERCIO

DÍA DE INTERNET

Objetivo: PUBLICIDAD DURANTE LA CELEBRACION DEL DÍA DE INTERNET.

Coste total: 208.994 **Periodo de ejecución:** Mayo de 2007

Adjudicatarios: Publicidad/ creatividad: Bassat & Ogilvy RR.Públicas:

Compra de Medios: Mindshare Otros:

Plan de Medios: Prensa (100%) de un total de 199.191 euros

INDUSTRIA, TURISMO Y COMERCIO

PREMIOS PRÍNCIPE FELIPE

Objetivo: ACCIONES DE DIFUSIÓN DE LOS PREMIOS PRÍNCIPE FELIPE 2008.

Coste total: 149.830 **Periodo de ejecución:** De octubre a noviembre de 2007

Adjudicatarios: Publicidad/ creatividad: Bassat & Ogilvy RR.Públicas:

Compra de Medios: Mindshare Otros:

Plan de Medios: Prensa (100%) de un total de 142.709 euros

INDUSTRIA, TURISMO Y COMERCIO

DIFUSIÓN ACCIONES MINISTERIO

Objetivo: DIFUSIÓN DE LAS ACCIONES DEL MINISTERIO EN DISTINTOS ÁMBITOS.

Coste total: 230.079 **Periodo de ejecución:** De septiembre a diciembre de 2007

Adjudicatarios: Publicidad/ creatividad: Bassat & Ogilvy RR.Públicas:

Compra de Medios: Mindshare Otros:

Plan de Medios: Prensa (100%) de un total de 133.393 euros

SECRETARÍA DE ESTADO DE TELECOMUNICACIONES Y PARA LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN

DIFUSIÓN BANDA ANCHA ZONAS RURALES Y AISLADAS

Objetivo: FOMENTAR USO DE BANDA ANCHA EN ZONAS RURALES.

Coste total: 2.325.000 **Periodo de ejecución:** De octubre a diciembre de 2007

Adjudicatarios: Publicidad/ creatividad: Contrapunto S.L. RR.Públicas: Contrapunto S.L.

Compra de Medios: Contrapunto S.L. Otros:

Plan de Medios: Televisión (65,83%), Radio (16,46%) y Relaciones Públicas (17,72%) de un total de 1.405.327 euros

TURESPAÑA

PROMOCIÓN DEL TURISMO DE ESPAÑA EN EL EXTERIOR

Objetivo: PROMOCIÓN DEL TURISMO DE ESPAÑA EN EL EXTERIOR.

Coste total: 36.993.005,64 **Periodo de ejecución:** De enero a diciembre de 2007

Adjudicatarios: Publicidad/ creatividad: Media Planning Group RR.Públicas:
S.A.
Compra de Medios: Media Planning Group Otros:
S.A.

Plan de Medios: Televisión (21,28%), Prensa (68,96%) y Exterior (9,76%) de un total de 36.492.524,80 euros

SECRETARÍA GENERAL DE TURISMO

Q DE CALIDAD TURÍSTICA

Objetivo: DAR A CONOCER LA MARCA Q DE CALIDAD TURÍSTICA.

Coste total: 2.000.000 **Periodo de ejecución:** De julio a diciembre de 2007

Adjudicatarios: Publicidad/ creatividad: Segitur RR.Públicas:
Compra de Medios: Segitur Otros:

Plan de Medios: Televisión (55%) y Prensa (45%) de un total de 1.790.000 euros

Medidas accesibilidad: Subtitulación

[Campana sobrevenida](#)

DIRECCIÓN GENERAL DE POLÍTICA DE LA PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA

EMPRENDEMOS JUNTOS'07

Objetivo: PROMOVER EL ESPÍRITU EMPRENDEDOR A TRAVÉS DE LA ORGANIZACIÓN DE DIFERENTES DÍAS DEL EMPRENDEDOR EN DIFERENTES COMUNIDADES AUTÓNOMAS.

Coste total: 691.908,80 **Periodo de ejecución:** De febrero a mayo de 2007

Adjudicatarios: Publicidad/ creatividad: Zimmermann RR.Públicas: Zimmermann
Compra de Medios: Zimmermann Otros:

Plan de Medios: Prensa (95,39%) e Internet (4,61%) de un total de 651.030,88 euros

DIRECCIÓN GENERAL DE POLÍTICA DE LA PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA

CONSTITUCIÓN TELEMÁTICA EMPRESAS

Objetivo: FAVORECER INFORMACIÓN SOBRE CONSTITUCIÓN TELEMÁTICA DE EMPRESAS.

Coste total: 711.997 **Periodo de ejecución:** Septiembre y octubre de 2007

Adjudicatarios: Publicidad/ creatividad: Red de Medios RR.Públicas: Red de Medios
Compra de Medios: Red de Medios Otros:

Plan de Medios: Prensa (91,69%) e Internet (8,31%) de un total de 619.863,40 euros

RED.ES

PRÉSTAMOS TIC

Objetivo: PROMOCIONAR LOS PRÉSTAMOS TECNOLÓGICOS Y CRÉDITOS DE INTERÉS "0" PARA ADQUISICIÓN DE EQUIPOS INFORMÁTICOS Y CONEXIÓN BANDA ANCHA.

Coste total: 997.797 **Periodo de ejecución:** De marzo a julio de 2007

Adjudicatarios: Publicidad/ creatividad: Bassat & Ogilvy RR.Públicas: Bassat & Ogilvy

Compra de Medios: Bassat & Ogilvy Otros:

Plan de Medios: Radio (30,59%), Prensa (57,36%) e Internet (12,05%) de un total de 767.291,28 euros

RED.ES

CONFIANZA EN RED

Objetivo: GENERAR CLIMA DE CONFIANZA EN LAS TIC E INTERNET Y FORMAR EN EL USO DE HERRAMIENTAS Y PRÁCTICAS DE SEGURIDAD EN LA RED.

Coste total: 326.380 **Periodo de ejecución:** Diciembre de 2007

Adjudicatarios: Publicidad/ creatividad: Porter Novelli S.L. RR.Públicas: Porter Novelli S.L.

Compra de Medios: Porter Novelli S.L. Otros:

Plan de Medios: Internet (100%) de un total de 151.846 euros

RED.ES

PROGRAMA POLÍGONOS EN RED

Objetivo: CONCIENCIAR A GESTORES Y PROPIETARIOS DE LAS PYMES SOBRE LA IMPORTANCIA Y VENTAJAS DE LAS TIC PARA SU NEGOCIO

Coste total: 740.405 **Periodo de ejecución:** De enero a diciembre de 2007

Adjudicatarios: Publicidad/ creatividad: Fundación Barcelona Digital RR.Públicas: Fundación Barcelona Digital

Compra de Medios: Fundación Barcelona Digital Otros:

Plan de Medios: Radio (4,15%), Prensa (20,17%) y Relaciones Públicas (75,67%) de un total de 586.518 euros

RED.ES

PROGRAMA DE DINAMIZACIÓN DE TELECENTROS

Objetivo: EL INCREMENTO DEL USO DE INTERNET EN LOS TELECENTROS Y LA INCORPORACIÓN DE NUEVOS FORMADORES.

Coste total: 1.321.132 **Periodo de ejecución:** De enero a noviembre de 2007

Adjudicatarios: Publicidad/ creatividad: RR.Públicas: Fundación Esplai

Compra de Medios: Otros:

Plan de Medios: Relaciones Públicas (100%) de un total de 1.321.132 euros

RED.ES

ESPACIO AVANZA

Objetivo: DESTINADO A PERSONAS QUE CONOCEN LAS TIC Y PUEDEN CONTRIBUIR A UN MENSAJE A FAVOR DE SU USO.

Coste total: 2.970.386 **Periodo de ejecución:** De enero a diciembre de 2007

Adjudicatarios: Publicidad/ creatividad: Unipublic Sau RR.Públicas: Unipublic Sau
Compra de Medios: Unipublic Sau Otros:

Plan de Medios: Radio (0,23%), Prensa (0,09%), Relaciones Públicas (99,62%) y Otros (0,05%) de un total de 2.970.386 euros

RED.ES

IMPULSO.ES

Objetivo: PROMOCIÓN DE LOS DOMINIOS ".ES" COMO SEÑA DE IDENTIDAD EN INTERNET.

Coste total: 347.999,88 **Periodo de ejecución:** De enero a noviembre de 2007

Adjudicatarios: Publicidad/ creatividad: Arista Team RR.Públicas: Arista Team
Compra de Medios: Arista Team Otros:

Plan de Medios: Prensa (24,87%), Internet (56,72%) y Relaciones Públicas (18,41%) de un total de 320.165,88 euros

RED.ES

FOMENTO DEL SOFTWARE LEGAL

Objetivo: MINIMIZAR EL USO DE PROGRAMAS NO LEGALES. DESTINADA A LOS CANALES DE SOFTWARE.

Coste total: 236.809 **Periodo de ejecución:** De abril a noviembre de 2007

Adjudicatarios: Publicidad/ creatividad: GPS Comunicación RR.Públicas: GPS Comunicación
Compra de Medios: GPS Comunicación Otros:

Plan de Medios: Prensa (24,03%) y Relaciones Públicas (75,97%) de un total de 199.498 euros

RED.ES

CAMPUS EN RED

Objetivo: DIFUNDIR ACCESO WIFI EN CAMPUS UNIVERSITARIOS.

Coste total: 267.960 **Periodo de ejecución:** De agosto a diciembre de 2007

Adjudicatarios: Publicidad/ creatividad: Universia RR.Públicas: Universia
Compra de Medios: Universia Otros:

Plan de Medios: Relaciones Públicas (100%) de un total de 30.624 euros

RED.ES

TDT SORIA

Objetivo: PLAN DE CONCENCIACIÓN Y DIVULGACIÓN DE LA IMPLANTACIÓN EN 2008 DE TDT EN SORIA.

Coste total: 377.129 **Periodo de ejecución:** De febrero a diciembre de 2007

Adjudicatarios: Publicidad/ creatividad: Below Marko S.A. RR.Públicas: Below Marko S.A.
Compra de Medios: Below Marko S.A. Otros:

Plan de Medios: Radio (14,6%), Prensa (61,04%), Relaciones Públicas (12,26%) y Otros (12,1%) de un total de 103.511 euros

RED.ES

PRÉSTAMOS AVANZA

Objetivo: PROMOVER Y DAR A CONOCER LAS TIC.

Coste total: 3.654.000 **Periodo de ejecución:** De septiembre a diciembre de 2007

Adjudicatarios: Publicidad/ creatividad: Bassat & Ogilvy, Arista Team RR.Públicas:
Compra de Medios: Bassat & Ogilvy, Arista Team Otros:

Plan de Medios: Radio (18,02%), Prensa (46,34%), Internet (34,76%) y Exterior (0,88%) de un total de 2.665.780,08 euros

RED.ES

DIFUSIÓN DE LAS TIC EN LAS PYMES

Objetivo: DIFUNDIR Y PROMOVER USO DE LAS TIC EN PYMES.

Coste total: 1.791.200 **Periodo de ejecución:** De septiembre a diciembre de 2007

Adjudicatarios: Publicidad/ creatividad: Europa Press.net RR.Públicas: Europa Press.net
Compra de Medios: Europa Press.net Otros:

Plan de Medios: Radio (19,07%), Prensa (35,22%), Internet (8,55%), Relaciones Públicas (26,89%) y Otros (10,27%) de un total de 1.121.500 euros

RED.ES

IMPULSA TDT

Objetivo: DIFUSIÓN DEL USO DE LA TDT EN SUS DIFERENTES FASES.

Coste total: 4.611.006,50 **Periodo de ejecución:** De abril a diciembre de 2007

Adjudicatarios: Publicidad/ creatividad: Delvico RR.Públicas: Weber-Shanwick
Compra de Medios: Vizeum Otros:

Plan de Medios: Televisión (65,67%), Radio (5,69%), Prensa (19,64%), Internet (2,63%), Exterior (0,99%), Relaciones Públicas (0,77%) y Marketing (4,61%) de un total de 2.488.809,50 euros

IDAE

CAMPAÑA DE SENSIBILIZACIÓN CIUDADANA PARA EL AHORRO DE ENERGÍA

Objetivo: AHORRO DE ENERGÍA CON ACCIONES CENTRADAS EN EL USO RESPONSABLE DEL AIRE ACONDICIONADO, LA CALEFACCIÓN, EL USO APROPIADO DEL VEHÍCULO PRIVADO.

Coste total: 13.000.000 **Periodo de ejecución:** De julio a diciembre de 2007

Adjudicatarios: Publicidad/ creatividad: Newton 21 RR.Públicas:
Compra de Medios: Newton 21 Otros:

Plan de Medios: Televisión (45,83%), Radio (15,29%), Prensa (22,22%), Internet (3,9%) y Exterior (12,77%) de un total de 10.995.400 euros

Medidas accesibilidad: Subtitulación

IDAE

DISNEY CHANNEL- AHORRO ENERGÍA

Objetivo: DIFUNDIR DE FORMA PEDAGÓGICA EN EL PÚBLICO INFANTIL EL USO RESPONSABLE DE ENERGÍAS.

Coste total: 72.000 **Periodo de ejecución:** De junio a septiembre de 2007

Adjudicatarios: Publicidad/ creatividad: RR.Públicas:
Compra de Medios: Compra directa Otros:

Plan de Medios: Televisión (100%) de un total de 72.000 euros

IDAE

GUÍA DE LA ENERGÍA

Objetivo: DIFUNDIR CONSEJOS PARA EL AHORRO DE ENERGÍA Y LA CALIDAD DE VIDA.

Coste total: 2.000.000 **Periodo de ejecución:** Abril de 2007

Adjudicatarios: Publicidad/ creatividad: RR.Públicas:
Compra de Medios: Compra directa Otros:

Plan de Medios: Prensa (100%) -se distribuye en dominicales de tirada nacional y autonómica- de un total de 2.000.000 euros

CENTRO PARA EL DESARROLLO TECNOLÓGICO INDUSTRIAL (CDTI) VITAMINAS

Objetivo: DIFUNDIR Y CONSOLIDAR LA IMAGEN DEL CDTI COMO CENTRO DE REFERENCIA DE LA I+D+i.

Coste total: 2.995.343,72 **Periodo de ejecución:** De junio a diciembre de 2007

Adjudicatarios: Publicidad/ creatividad: Síntesis + SPC RR.Públicas: Síntesis + SPC
Compra de Medios: Síntesis + SPC Otros:

Plan de Medios: Televisión (41,64%), Radio (17,49%), Prensa (19,99%), Internet (4,16%) y Relaciones Públicas (16,72%) de un total de 2.439.980,34 euros

Medidas accesibilidad: Subtitulación y audiodescripción

INSTITUTO ESPAÑOL DE COMERCIO EXTERIOR

APRENDIENDO A EXPORTAR

Objetivo: PRESENTACIÓN DEL PROGRAMA APRENDIENDO A EXPORTAR EN 10 CIUDADES ESPAÑOLAS.

Coste total: 553.500 **Periodo de ejecución:** Noviembre y diciembre de 2007

Adjudicatarios: Publicidad/ creatividad: RR.Públicas:

Compra de Medios: Lleo Marqués & Oliva Otros:
S.A.

Plan de Medios: Radio (9,5%), Prensa (35,9%), Internet (46,4%) y Exterior (8,2%) de un total de 462.300 euros

OFICINA ESPAÑOLA DE PATENTES Y MARCAS

PROMOCIÓN SISTEMA PATENTES

Objetivo: PROMOVER SISTEMA DE PATENTES EN EMPRESAS Y CENTROS TECNOLÓGICOS.

Coste total: 1.796,38 **Periodo de ejecución:** De octubre de 2007 a octubre de 2008

Adjudicatarios: Publicidad/ creatividad: Yell Publicidad y QDQ RR.Públicas:

Compra de Medios: Otros:

Plan de Medios: No hay Plan de Medios. El monto total corresponde a creatividad

MINISTERIO DE AGRICULTURA, PESCA Y ALIMENTACIÓN

AGRICULTURA, PESCA Y ALIMENTACIÓN

DIFUSIÓN DE PREMIOS SOBRE ALIMENTACIÓN

Objetivo: DIFUSIÓN A LOS SECTORES BENEFICIARIOS DE LOS PREMIOS, SECTOR DISTRIBUCIÓN, SECTOR RESTAURACIÓN Y CONSUMIDOR FINAL.

Coste total: 299.950 **Periodo de ejecución:** De marzo a noviembre de 2007

Adjudicatarios: Publicidad/ creatividad: RR.Públicas:

Compra de Medios: Concepto Staff de Otros:
Publicidad S.A.

Plan de Medios: Prensa (97,7%) e Internet (2,3%) de un total de 299.950 euros

AGRICULTURA, PESCA Y ALIMENTACIÓN

ETIQUETADO DE LOS ALIMENTOS

Objetivo: INFORMAR Y FORMAR A CONSUMIDORES, PRODUCTORES, INDUSTRIA Y DISTRIBUCIÓN AGROALIMENTARIA, SOBRE DIVERSOS ASPECTOS DEL ETIQUETADO DE LOS PRODUCTOS ALIMENTICIOS, Y DIVULGAR LA NUEVA NORMATIVA COMUNITARIA SOBRE ETIQUETADO. LOS DESTINATARIOS SERÁN LAS PERSONAS RESPONSABLES DE LA COMPRA Y LA INDUSTRIA.

Coste total: 809.711,40 **Periodo de ejecución:** Diciembre 2007

Adjudicatarios: Publicidad/ creatividad: RR.Públicas:
Compra de Medios: Gesmedia Otros:

Plan de Medios: Televisión (26,76%), Radio (12%), Prensa (33,02%), Internet (2,17%) y Exterior (26,04%) de un total de 809.711,40 euros

Medidas accesibilidad: Subtitulación

[Campaña sobrevenida](#)

FROM

CAMPAÑA MEDIOS EN TV

Objetivo: FOMENTAR EL CONSUMO DE DETERMINADOS PRODUCTOS PESQUEROS (BONITO DEL NORTE, ACUICULTURA, PRODUCTOS CONGELADOS, EN CONSERVA Y TALLAS MÍNIMAS, ETC.).

Coste total: 5.034.352,80 **Periodo de ejecución:** De marzo a diciembre de 2007

Adjudicatarios: Publicidad/ creatividad: RR.Públicas:
Compra de Medios: Iceberg Media S.A. Otros:

Plan de Medios: Televisión (100%) de un total de 5.034.352,80 euros

FROM

PEZQUEÑINES, ETIQUETADO Y PESCADOS AZULES

Objetivo: CREATIVIDAD Y PROMOCIÓN DE TALLAS MÍNIMAS PARA CONSUMO Y ETIQUETADO PRODUCTOS FRESCOS Y CONGELADOS Y CONSUMO PESCADOS AZULES.

Coste total: 2.148.460,67 **Periodo de ejecución:** De junio a diciembre de 2007

Adjudicatarios: Publicidad/ creatividad: RR.Públicas:
Compra de Medios: Strategias Creativas S.A. Otros: Strategias Creativas S.A.

Plan de Medios: Televisión (65,63%) y Radio (34,37%) de un total de 519.125,82 euros

FROM

CONSUMO PESCADO POBLACIÓN INFANTIL 2007

Objetivo: INCENTIVAR CONSUMO DE PESCADO CON ACTUACIONES INFORMATIVAS AMPA, DOCENTES Y SECTOR PESQUERO, TALLERES, ESCOLARES.

Coste total: 3.900.074,48 **Periodo de ejecución:** De enero a diciembre de 2007

Adjudicatarios: Publicidad/ creatividad: RR.Públicas:
Compra de Medios: Tactics Europe S.A. Otros: Tactics Europe S.A.

Plan de Medios: Radio (58,13%), Prensa (10,96%) e Internet (30,91%) de un total de 326.988 euros

FROM

CONTRATACIÓN MEDIOS PUBLICIDAD (CONTINUACIÓN EJERCICIO ANTERIOR)

Objetivo: FOMENTAR EL CONSUMO DE PRODUCTOS PESQUEROS.

Coste total: 157.353,80 **Periodo de ejecución:** De enero a marzo de 2007

Adjudicatarios: Publicidad/ creatividad: RR.Públicas:
Compra de Medios: Equmedia S.A. Otros:

Plan de Medios: Prensa (100%) de un total de 157.353,80 euros

FROM

CONTRATACIÓN MEDIOS PUBLICIDAD FROM 2007

Objetivo: FOMENTAR EL CONSUMO DE PRODUCTOS PESQUEROS.

Coste total: 1.658.889,97 **Periodo de ejecución:** De abril a diciembre de 2007

Adjudicatarios: Publicidad/ creatividad: RR.Públicas:
Compra de Medios: Question Advertising Media S.A. Otros:

Plan de Medios: Radio (23,56%), Prensa (61,32%), Internet (14,69%) y Exterior (0,43%) de un total de 1.658.889,97 euros

SEIASA DE LA MESETA SUR S.A. (*)

CONOCIMIENTO ACTIVIDADES DE LA SOCIEDAD

Objetivo: DIFUSIÓN DE LA ACTIVIDAD DE LA SOCIEDAD.

Coste total: 3.000 **Periodo de ejecución:** De enero a diciembre de 2007

Adjudicatarios: Publicidad/ creatividad: RR.Públicas:
Compra de Medios: Otros: Efeagro

Plan de Medios: No hay Plan de Medios. El monto total corresponde a creatividad

* Grupo Patrimonio

SEIASA DEL NORDESTE S.A. (*)

CONOCIMIENTO ACTIVIDADES DE LA SOCIEDAD

Objetivo: DIFUSIÓN ACTIVIDADES DE LA SOCIEDAD.

Coste total: 6.538,71 **Periodo de ejecución:** De enero a diciembre de 2007

Adjudicatarios: Publicidad/ creatividad: Edit. Agrícola Española, Eumedia - Vida Rural, UPA RR.Públicas:
Compra de Medios: Otros: Efeagro

Plan de Medios: No hay Plan de Medios. El monto total corresponde a creatividad

MINISTERIO DE ADMINISTRACIONES PÚBLICAS

ADMINISTRACIONES PÚBLICAS

OFERTA DE EMPLEO PÚBLICO 2007

Objetivo: INFORMAR A LOS CIUDADANOS SOBRE NUEVAS PLAZAS DE EMPLEO EN LA ADMINISTRACIÓN GENERAL DEL ESTADO.

Coste total: 1.027.679,08 **Periodo de ejecución:** De mayo a junio de 2007

Adjudicatarios: Publicidad/ creatividad: Entre3 Comunicación y Publicidad S.L. RR.Públicas:
Compra de Medios: Media Planning Group S.A. Otros:

Plan de Medios: Radio (27,9%), Prensa (25,38%), Internet (13,01%), Exterior (32,92%) y Marketing (0,79%) de un total de 998.679,08 euros

ADMINISTRACIONES PÚBLICAS

SERVICIOS DIGITALES. RED 060

Objetivo: INFORMAR Y DIFUNDIR NUEVOS SERVICIOS PÚBLICOS DIGITALES DISPONIBLES A TRAVÉS DE LA RED 060.

Coste total: 2.937.220,71 **Periodo de ejecución:** De septiembre a diciembre de 2007

Adjudicatarios: Publicidad/ creatividad: Media Planning Group S.A. RR.Públicas:
Compra de Medios: Media Planning Group S.A. Otros:

Plan de Medios: Televisión (60,75%), Prensa (15,14%), Internet (3,52%) y Exterior (20,59%) de un total de 2.478.114,33 euros

Medidas accesibilidad: Subtitulación

* Grupo Patrimonio

MINISTERIO DE CULTURA

CULTURA

ACCIÓN SENSIBILIZACIÓN DERECHOS PROPIEDAD INTELECTUAL

Objetivo: CONCIENCIAR A LA SOCIEDAD SOBRE LA NECESIDAD DE RESPETAR LOS DERECHOS DE PROPIEDAD INTELECTUAL.

Coste total: 1.759.999,58 **Periodo de ejecución:** De diciembre de 2006 a diciembre de 2007

Adjudicatarios: Publicidad/ creatividad: Contrapunto, RR.Públicas: Contrapunto
Neuronics, Orbital,
Dec Comunicación
Compra de Medios: Contrapunto, OMD, PHD, Otros: Contrapunto
Tiempo BBDO, Ketchum
CP S.A.

Plan de Medios: Televisión (31,87%), Radio (16,1%), Prensa (7,64%), Internet (31,67%) y Otros (12,71%) de un total de 1.424.504,58 euros

DIRECCIÓN GENERAL DE BELLAS ARTES Y BIENES CULTURALES

PUBLICIDAD Y DIFUSIÓN DE LAS EXPOSICIONES TEMPORALES ORGANIZADAS POR LA SUBDIRECCIÓN GENERAL DE PROMOCIÓN DE LAS BELLAS ARTES

Objetivo: DAR A CONOCER A LOS CIUDADANOS LAS EXPOSICIONES TEMPORALES ORGANIZADAS POR EL MINISTERIO DE CULTURA.

Coste total: 370.800 **Periodo de ejecución:** Año 2007

Adjudicatarios: Publicidad/ creatividad: RR.Públicas:
Compra de Medios: Gisbert Publicidad Otros: Manuel Estrada
Diseño Gráfico S.L.

Plan de Medios: Radio (3,55%), Prensa (52,26%), Internet (1,89%) y Otros (42,3%) de un total de 316.800 euros

[Campaña sobrevenida](#)

DIRECCIÓN GENERAL DE BELLAS ARTES Y BIENES CULTURALES

CONVOCATORIA DE LOS PREMIOS NACIONALES DE FOTOGRAFÍA Y ARTES PLÁSTICAS 2007 Y DEL PREMIO VELÁZQUEZ 2008

Objetivo: COMUNICACIÓN DE LA CONVOCATORIA DE LOS PREMIOS NACIONALES DE FOTOGRAFÍA Y ARTES PLÁSTICAS 2007 Y DEL PREMIO VELÁZQUEZ 2008.

Coste total: 3.200 **Periodo de ejecución:** Junio y diciembre de 2007

Adjudicatarios: Publicidad/ creatividad: RR.Públicas:
Compra de Medios: Gisbert Publicidad Otros:

Plan de Medios: Prensa (100%) de un total de 3.200 euros

[Campaña sobrevenida](#)

DIRECCIÓN GENERAL DE BELLAS ARTES Y BIENES CULTURALES
CONCURSO PÚBLICO PARA CUBRIR LA PLAZA DE DIRECTOR DEL
MUSEO NACIONAL CENTRO DE ARTE REINA SOFÍA

Objetivo: COMUNICACIÓN A NIVEL NACIONAL E INTERNACIONAL DE LA CONVOCATORIA PÚBLICA PARA CUBRIR LA PLAZA DE DIRECTOR DEL MUSEO NACIONAL CENTRO DE ARTE REINA SOFÍA.

Coste total: 25.000 **Periodo de ejecución:** Octubre de 2007

Adjudicatarios: Publicidad/ creatividad: RR.Públicas:
Compra de Medios: Gisbert Publicidad Otros:

Plan de Medios: Prensa (86,4%), Internet (1,6%) y Exterior (12%) de un total de 25.000 euros

[Campaña sobrevenida](#)

DIRECCIÓN GENERAL DE BELLAS ARTES Y BIENES CULTURALES
CONVOCATORIA IDEAS Y PROPUESTAS PARA EL ARTE EN ESPAÑA

Objetivo: COMUNICACIÓN DE LA CONVOCATORIA REALIZADA A ARTISTAS ESPAÑOLES O RESIDENTES EN ESPAÑA PARA PARTICIPAR EN EL STAND DEL MINISTERIO DE CULTURA EN ARCO8.

Coste total: 33.000 **Periodo de ejecución:** Octubre de 2007

Adjudicatarios: Publicidad/ creatividad: RR.Públicas:
Compra de Medios: Gisbert Publicidad Otros:

Plan de Medios: Prensa (98,79%) e Internet (1,21%) de un total de 33.000 euros

[Campaña sobrevenida](#)

DIRECCIÓN GENERAL DEL LIBRO, ARCHIVOS Y BIBLIOTECAS
COMUNICACIÓN Y FORMACIÓN A TRAVÉS DEL USO DE LA BIBLIOTECA PÚBLICA

Objetivo: DAR A CONOCER A LOS CIUDADANOS SERVICIOS GRATUITOS DE BIBLIOTECAS PÚBLICAS.

Coste total: 1.350.000 **Periodo de ejecución:** De octubre a diciembre de 2007

Adjudicatarios: Publicidad/ creatividad: RR.Públicas: Datacom Crm Spain S.L.
Compra de Medios: Datacom Crm Spain S.L. Otros:

Plan de Medios: Radio (38,2%), Internet (2,16%), Exterior (38,31%), Relaciones Públicas (2,16%) y Otros (19,17%) de un total de 1.350.000 euros

DIRECCIÓN GENERAL DEL LIBRO, ARCHIVOS Y BIBLIOTECAS
COMUNICACIÓN PARA LA CREACIÓN E IMPULSO DEL HÁBITO DE LA LECTURA

Objetivo: SENSIBILIZAR A LAS FAMILIAS DE LA IMPORTANCIA DEL HÁBITO LECTOR DE SUS HIJOS.

Coste total: 2.539.699,46 **Periodo de ejecución:** De octubre de 2007 a enero de 2008

Adjudicatarios: Publicidad/ creatividad: RR.Públicas:
Compra de Medios: Gesmedia Consulting Otros: Gesmedia Consulting S.A., Villar y Rosas

Plan de Medios: Televisión (87,16%), Marketing (10,74%) y Otros (2,1%) de un total de 2.500.000 euros

**INSTITUTO NACIONAL DE LAS ARTES ESCÉNICAS Y DE LA MÚSICA
(INAEM)**

**PUBLICIDAD DE LAS ACTIVIDADES DE LOS CENTROS DE PRODUCCIÓN
ARTÍSTICA DEL INAEM**

Objetivo: CAMPAÑAS COMERCIALES PARA LA DIFUSIÓN DE ESPECTÁCULOS,
CONCIERTOS, ETC.

Coste total: 2.962.556,40 **Periodo de ejecución:** Año 2007

Adjudicatarios: Publicidad/ creatividad: Equmedia RR.Públicas:

Compra de Medios: Equmedia Otros:

Plan de Medios: Televisión (0,17%), Radio (11,18%), Prensa (48,54%), Internet (0,48%),
Exterior (38,89%) y Otros (0,73%) de un total de 2.521.364,40 euros

MUSEO NACIONAL CENTRO DE ARTE REINA SOFÍA

EXPOSICIONES Y PROYECTOS

Objetivo: LOGRAR LA MAYOR Y MÁS EFICAZ DIFUSIÓN DE LAS ACTIVIDADES QUE
SE DESARROLLAN EN EL MUSEO REINA SOFÍA CON EL FIN DE QUE EL
PÚBLICO, NACIONAL Y EXTRANJERO, DISPONGA DE LA INFORMACIÓN
QUE LE PERMITA ACCEDER A LAS MISMAS.

Coste total: 843.925,28 **Periodo de ejecución:** De 16 de enero de 2007 a 21 de enero
de 2008

Adjudicatarios: Publicidad/ creatividad: Varias Empresas RR.Públicas:

Compra de Medios: Compra directa Otros:

Plan de Medios: Radio (0,86%), Prensa (86,34%), Internet (3,94%) y Exterior (8,87%) de un
total de 737.141,48 euros

[Campaña sobrevenida](#)

MUSEO NACIONAL DEL PRADO

**DIFUSIÓN DE EXPOSICIONES, AMPLIACIÓN DEL MUSEO Y NUEVA PÁGINA
WEB**

Objetivo: DIFUSIÓN DE EXPOSICIONES TEMPORALES, DE LA SEMANA DE
GRATUIDAD Y DE LAS JORNADAS DE PUERTAS ABIERTAS CON MOTIVO
DE LA AMPLIACIÓN DEL MUSEO Y DE LA NUEVA PÁGINA WEB.

Coste total: 1.531.250,16 **Periodo de ejecución:** De enero de 2007 a enero de 2008

Adjudicatarios: Publicidad/ creatividad: RR.Públicas:

Compra de Medios: Compra directa Otros:

Plan de Medios: Radio (2,08%), Prensa (46,85%), Internet (0,21%), Exterior (50,57%) y
Otros (0,29%) de un total de 1.531.250,16 euros

[Campaña sobrevenida](#)

MINISTERIO DE SANIDAD Y CONSUMO

SANIDAD Y CONSUMO

EFFECTOS DEL HUMO AMBIENTAL DEL TABACO EN INFANCIA

Objetivo: CONCIENCIAR DE LOS EFECTOS NOCIVOS DEL HUMO AMBIENTAL DEL TABACO EN NIÑOS Y PROMOVER ESPACIOS SIN HUMO.

Coste total: 1.991.963,10 **Periodo de ejecución:** Abril 2007

Adjudicatarios: Publicidad/ creatividad: Reposición 2006 RR.Públicas:

Compra de Medios: Cencomed S.A. Otros:

Plan de Medios: Televisión (54,43%), Radio (9,73%), Prensa (16,33%), Internet (2,69%) y Exterior (16,82%) de un total de 1.991.963,10 euros

Medidas accesibilidad: Subtitulación; Lenguas cooficiales de las Comunidades Autónomas; Directrices de Accesibilidad WAI 1.0 en su nivel AAA

SANIDAD Y CONSUMO

SALUD SEXUAL Y JOVENES

Objetivo: INFORMAR Y PREVENIR LAS CONSECUENCIAS SANITARIAS Y SOCIALES DERIVADAS DE RELACIONES SEXUALES (SIDA, EMBARAZOS NO DESEADOS, ETC.).

Coste total: 2.521.963,85 **Periodo de ejecución:** Mayo, noviembre y diciembre de 2007

Adjudicatarios: Publicidad/ creatividad: Abril Comunicación RR.Públicas:

S.L., Gráficas
Monterreina S.A.,
Gautex Médica S.L.,
Why Not
Comunicación S.L., Z-
Card Limited,
Impresión Digital Da
Vinci S.A.

Compra de Medios: Cencomed S.A. Otros:

Plan de Medios: Televisión (43,48%), Radio (9,7%), Prensa (22,67%), Internet (3,76%), Exterior (16,68%) y Otros (3,72%) de un total de 2.368.159,36 euros

Medidas accesibilidad: Subtitulación; Lenguas cooficiales de las Comunidades Autónomas; Directrices de Accesibilidad WAI 1.0 en su nivel AAA

SANIDAD Y CONSUMO

PREVENCIÓN ACCIDENTES INFANTILES EN EL HOGAR

Objetivo: CONCIENCIAR SOBRE RIESGOS Y MEDIDAS PREVENTIVAS A TOMAR ANTE ACCIDENTES INFANTILES EN EL HOGAR.

Coste total: 2.830.611,80 **Periodo de ejecución:** De septiembre a diciembre de 2007

Adjudicatarios: Publicidad/ creatividad: Abril Comunicación RR.Públicas:

S.L., Tailors
Comunicación S.L.

Compra de Medios: Media Planning Group Otros:
S.A.

Plan de Medios: Televisión (64,11%), Radio (9,1%), Prensa (12,65%), Internet (0,37%) y Exterior (13,78%) de un total de 2.809.853,60 euros

Medidas accesibilidad: Subtitulación; Lenguas cooficiales de las Comunidades Autónomas; Directrices de Accesibilidad WAI 1.0 en su nivel AAA

SANIDAD Y CONSUMO

PREVENCIÓN EFECTOS ALTAS TEMPERATURAS

Objetivo: PREVENCIÓN FRENTE EFECTOS DE ALTAS TEMPERATURAS.

Coste total: 1.215.715,55 **Periodo de ejecución:** Julio y agosto de 2007

Adjudicatarios: Publicidad/ creatividad: RR.Públicas:
Strategias Creativas S.A., Impresión Digital
Da Vinci S.A.
Compra de Medios: Otros:
Media Planning Group S.A.

Plan de Medios: Televisión (70,2%) y Radio (29,8%) de un total de 1.177.916,88 euros

Medidas accesibilidad: Subtitulación; Lenguas cooficiales de las Comunidades Autónomas; Directrices de Accesibilidad WAI 1.0 en su nivel AAA

SANIDAD Y CONSUMO

ALCOHOL EN MENORES Y JÓVENES

Objetivo: SENSIBILIZAR SOBRE RIESGOS DEL CONSUMO ABUSIVO Y PERIÓDICO DE ALCOHOL EN MENORES Y JÓVENES.

Coste total: 2.384.367,94 **Periodo de ejecución:** De junio a agosto de 2007

Adjudicatarios: Publicidad/ creatividad: RR.Públicas:
Absolut S.L., Artes Gráficas Elkar S.
Coop., Mccgraphics,
Abril Comunicación S.L., Impresión Digital
Da Vinci S.A., Amoretti SF S.L.
Compra de Medios: Otros:
Cencomed S.A.

Plan de Medios: Televisión (45,54%), Radio (6,6%), Prensa (26,32%), Internet (3,66%), Exterior (14,3%) y Otros (3,57%) de un total de 2.212.892,54 euros

Medidas accesibilidad: Subtitulación; Lenguas cooficiales de las Comunidades Autónomas; Directrices de Accesibilidad WAI 1.0 en su nivel AAA

SANIDAD Y CONSUMO

SALUD Y HÁBITOS DE VIDA

Objetivo: INFORMAR SOBRE RIESGOS PARA LA SALUD Y CONCIENCIAR SOBRE BENEFICIOS DE LA PRÁCTICA DE HÁBITOS SALUDABLES.

Coste total: 3.373.734,96 **Periodo de ejecución:** Noviembre y diciembre de 2007

Adjudicatarios: Publicidad/ creatividad: RR.Públicas:
G.C.P. Grupo de Comunicación Publicitaria S.A.
Compra de Medios: Otros:
Media Planning Group S.A.

Plan de Medios: Televisión (55,85%), Radio (8,84%), Prensa (15,6%), Internet (1,04%) y Exterior (18,68%) de un total de 2.973.734,96 euros

Medidas accesibilidad: Subtitulación; Lenguas cooficiales de las Comunidades Autónomas; Directrices de Accesibilidad WAI 1.0 en su nivel AAA

SANIDAD Y CONSUMO

INFORMACIÓN SOBRE LA LEY DE MEJORA DE LA PROTECCIÓN DE CONSUMIDORES Y USUARIOS

Objetivo: INFORMAR ACERCA DE LOS CONTENIDOS DE LA LEY DE MEJORA DE LA PROTECCIÓN DE CONSUMIDORES Y USUARIOS.

Coste total: 2.085.414,37 **Periodo de ejecución:** Marzo de 2007

Adjudicatarios: Publicidad/ creatividad: S.M. 2 Asesores RR.Públicas:
Creativos de
Publicidad S.A.
Compra de Medios: Cencomed S.A. Otros:

Plan de Medios: Televisión (50,14%), Radio (9,92%), Prensa (24,69%), Internet (2,52%), Exterior (10,29%) y Otros (2,44%) de un total de 1.885.414,37 euros

Medidas accesibilidad: Subtitulación; Lenguas cooficiales de las Comunidades Autónomas; Directrices de Accesibilidad WAI 1.0 en su nivel AAA

SANIDAD Y CONSUMO

PREVENCIÓN CONSUMO DE COCAÍNA EN JÓVENES

Objetivo: SENSIBILIZAR SOBRE RIESGOS Y CONSECUENCIAS DEL CONSUMO DE COCAÍNA.

Coste total: 2.158.524,08 **Periodo de ejecución:** Septiembre y octubre de 2007

Adjudicatarios: Publicidad/ creatividad: Publicis Health Care, RR.Públicas:
Communications
Group S.A.
Compra de Medios: Media Planning Group Otros:
S.A.

Plan de Medios: Televisión (43,7%), Radio (11%), Prensa (7,72%), Internet (4,38%) y Exterior (33,2%) de un total de 1.962.020,08 euros

Medidas accesibilidad: Subtitulación; Lenguas cooficiales de las Comunidades Autónomas; Directrices de Accesibilidad WAI 1.0 en su nivel AAA

AGENCIA ESPAÑOLA DE MEDICAMENTOS Y PRODUCTOS SANITARIOS

USO RESPONSABLE DE ANTIBIÓTICOS

Objetivo: CONCIENCIAR DE LA NECESIDAD DE USAR LOS MEDICAMENTOS RACIONALMENTE Y NO ABANDONO VOLUNTARIO DE TRATAMIENTOS PRESCRITOS.

Coste total: 4.974.071,17 **Periodo de ejecución:** Noviembre y diciembre de 2007

Adjudicatarios: Publicidad/ creatividad: Concepto Staff de RR.Públicas:
Publicidad S.A.
Compra de Medios: Starcom Mediavest Otros:
Group Iberia S.L., Centro
de Investigación y
Compra de Medios S.L.

Plan de Medios: Televisión (45,48%), Radio (13,19%), Prensa (18,21%), Internet (1,04%), Exterior (20,26%) y Otros (1,82%) de un total de 4.954.524,97 euros

Medidas accesibilidad: Subtitulación; Lenguas cooficiales de las Comunidades Autónomas; Directrices de Accesibilidad WAI 1.0 en su nivel AAA

AGENCIA ESPAÑOLA DE SEGURIDAD ALIMENTARIA

PREVENCIÓN DE LA OBESIDAD INFANTIL

Objetivo: CONCIENCIAR A AGENTES RESPONSABLES DE EDUCACIÓN SOBRE BENEFICIOS DE HÁBITOS CORRECTOS EN DESAYUNO Y EJERCICIO EN LA INFANCIA .

Coste total: 2.028.819,26 **Periodo de ejecución:** Octubre de 2007

Adjudicatarios: Publicidad/ creatividad: Strategias Creativas S.A., Amoretti SF S.L. RR.Públicas:
Compra de Medios: Media Planning Group S.A. Otros:

Plan de Medios: Televisión (58,8%), Radio (11,3%), Prensa (10,17%), Internet (0,77%) y Exterior (18,96%) de un total de 2.001.829,19 euros

Medidas accesibilidad: Subtitulación; Lenguas cooficiales de las Comunidades Autónomas; Directrices de Accesibilidad WAI 1.0 en su nivel AAA

MINISTERIO DE MEDIO AMBIENTE

MEDIO AMBIENTE

EL TOTAL ES LO QUE CUENTA

Objetivo: + 14 AÑOS. FAVORECER ACTIVIDADES POSITIVAS RESPECTO AL AGUA, CALIDAD DEL AIRE, CAMBIO CLIMÁTICO, BIODIVERSIDAD, PREVENCIÓN DE INCENDIOS.

Coste total: 8.850.000 **Periodo de ejecución:** De 9 de abril a 30 de diciembre de 2007

Adjudicatarios: Publicidad/ creatividad: RR.Públicas:
Compra de Medios: Newton 21 Madrid S.A. Otros:

Plan de Medios: Televisión (60%), Radio (23%) y Prensa (17%) de un total de 8.850.000 euros

Medidas accesibilidad: Subtitulación

MEDIO AMBIENTE

LOS RÍOS

Objetivo: DAR A CONOCER LAS CARACTERÍSTICAS MÁS DESTACADAS: AMBIENTALES, CULTURALES, SOCIALES Y ECONÓMICAS DE LOS RÍOS ESPAÑOLES.

Coste total: 535.935 **Periodo de ejecución:** De 1 de enero a 26 de agosto de 2007

Adjudicatarios: Publicidad/ creatividad: RR.Públicas:
Compra de Medios: Compra directa Otros:

Plan de Medios: Televisión (100%) de un total de 535.935 euros

DIRECCIÓN GENERAL PARA LA BIODIVERSIDAD

ACCIONES DIRECTAS DE EDUCACIÓN AMBIENTAL PARA SENSIBILIZACIÓN PREVENTIVA DE INCENDIOS FORESTALES

Objetivo: INFORMACIÓN SOBRE EL PELIGRO DE INCENDIOS FORESTALES Y MEDIDAS QUE CADA PERSONA PUEDE TOMAR PARA PREVENIRLOS.

Coste total: 1.150.000 **Periodo de ejecución:** De 1 de enero a 15 de diciembre de 2007

Adjudicatarios: Publicidad/ creatividad: RR.Públicas:
Compra de Medios: Otros: Grupo 90

Plan de Medios: No hay Plan de Medios. Carteles, folletos, cuadernos didácticos, DVD, material didáctico escolar y publicaciones. Reuniones en los colegios y representaciones teatrales en los pueblos (100%) de un total de 1.150.000 euros

CONFEDERACIÓN HIDROGRÁFICA DEL DUERO

ANUNCIOS E INFORMACIONES PÚBLICAS SOBRE UTILIZACIÓN DEL DEMANIO HIDRÁULICO

Objetivo: PUBLICACIONES PRECEPTIVAS EN PERIÓDICOS OFICIALES DE DETERMINADOS ACUERDOS VINCULADOS A LA GENERACIÓN DE INGRESOS COMERCIALES DEL ORGANISMO.

Coste total: 15.348,42 **Periodo de ejecución:** De abril a diciembre de 2007

Adjudicatarios: Publicidad/ creatividad: RR.Públicas:
Compra de Medios: Compra directa Otros:

Plan de Medios: Prensa (100%) de un total de 15.348,42 euros

CONFEDERACIÓN HIDROGRÁFICA DEL DUERO

PUBLICACIONES SOBRE PATRIMONIO HISTÓRICO O AMBIENTAL DEL ORGANISMO

Objetivo: EDICIÓN DE LIBROS PARA DIFUNDIR LOS VALORES HISTÓRICOS-PATRIMONIALES Y/O AMBIENTALES DE LAS INFRAESTRUCTURAS HIDRÁULICAS DE LA CONFEDERACIÓN DEL DUERO.

Coste total: 48.252,72 **Periodo de ejecución:** De abril a octubre de 2007

Adjudicatarios: Publicidad/ creatividad: RR.Públicas:
Compra de Medios: Otros: Hydra S.A., Ambiges
S.L. y Gráficas 81
S.L.

Plan de Medios: No hay Plan de medios. Edición de libros (100%) de un total de 48.252,72 euros

CONFEDERACIÓN HIDROGRÁFICA DEL GUADALQUIVIR

RED LIFE

Objetivo: DIFUNDIR Y CONSOLIDAR LOS VALORES MEDIO AMBIENTALES EN LA CUENCA.

Coste total: 3.480 **Periodo de ejecución:** De otoño de 2006 a verano de 2007

Adjudicatarios: Publicidad/ creatividad: RR.Públicas:
Compra de Medios: Compra directa Otros:

Plan de Medios: Prensa (100%) de un total de 3.480 euros

CONFEDERACIÓN HIDROGRÁFICA DEL GUADALQUIVIR

PUBLICIDAD DÍA MUNDIAL DEL AGUA

Objetivo: DIFUNDIR EL USO EFICIENTE Y LA GESTIÓN DE LOS RECURSOS HÍDRICOS EN LA CUENCA DEL GUADALQUIVIR POR PARTE DEL ORGANISMO DE CUENCA.

Coste total: 11.920 **Periodo de ejecución:** 22 de marzo de 2007

Adjudicatarios: Publicidad/ creatividad: RR.Públicas:

Compra de Medios: Artefactum Publicidad Otros:

Plan de Medios: Prensa (100%) de un total de 11.920 euros

[Campana sobrevenida](#)

CONFEDERACIÓN HIDROGRÁFICA DEL GUADIANA

CENTRO DE INTERCAMBIO DE DERECHOS EN LA CUENCA DEL GUADIANA

Objetivo: DAR A CONOCER A LOS REGANTES CASTELLANO-MANCHEGOS EL MECANISMO Y OBJETIVOS DEL CENTRO DE INTERCAMBIO DE DERECHOS.

Coste total: 17.101,60 **Periodo de ejecución:** De marzo a diciembre de 2007

Adjudicatarios: Publicidad/ creatividad: RR.Públicas:

Compra de Medios: CS Comunicación Otros:

Plan de Medios: Radio (62,63%) y Otros (37,37%) de un total de 17.101,60 euros

CONFEDERACIÓN HIDROGRÁFICA DEL TAJO

ACERCÁNDONOS POR EL AGUA

Objetivo: SENSIBILIZAR A LA POBLACIÓN DE LA NECESIDAD DE PROTEGER LOS RECURSOS HÍDRICOS EN NUESTRO PAÍS FRENTE A LA SEQUÍA Y A LA DESERTIZACIÓN A TRAVÉS DE LA PARTICIPACIÓN CIUDADANA.

Coste total: 5.600 **Periodo de ejecución:** De 1 a 31 de enero de 2007

Adjudicatarios: Publicidad/ creatividad: RR.Públicas:

Compra de Medios: Otros: Convenio con Cruz Roja

Plan de Medios: Otros (100%) de un total de 5.600 euros

CONFEDERACIÓN HIDROGRÁFICA DEL TAJO

SENSIBILIZACIÓN SOBRE LAS ACTUACIONES HIDROLÓGICO-FORESTALES DERIVADAS DEL CONVENIO ENTRE LA CONFEDERACIÓN HIDROGRÁFICA DEL TAJO Y LA JUNTA DE EXTREMADURA

Objetivo: EXPLICAR LOS BENEFICIOS QUE SE DERIVAN DE LAS OBRAS DE ADECUACIÓN HIDROLÓGICO-FORESTAL.

Coste total: 244.231,19 **Periodo de ejecución:** De febrero a diciembre de 2007

Adjudicatarios: Publicidad/ creatividad: Viernes Producciones y Catorce Producciones RR.Públicas:

Compra de Medios: Viernes Producciones y Catorce Producciones Otros: Convenio con la Junta de Extremadura

Plan de Medios: Televisión (46,91%), Radio (44,25%), Prensa (5,99%) y Otros (2,85%) de un total de 210.707,19 euros

MANCOMUNIDAD DE LOS CANALES DEL TAIBILLA
PROYECTO Y EJECUCIÓN DE CAMPAÑA PUBLICITARIA PARA LA
OPTIMIZACIÓN DEL CONSUMO DE AGUA POTABLE EN EL ÁREA
GEOGRÁFICA ABASTECIDA POR EL ORGANISMO

Objetivo: CONSEGUIR DE LOS CIUDADANOS LA MAYOR SOLIDARIDAD,
RESPONSABILIDAD Y RACIONALIDAD DEL CONSUMO DE AGUA.

Coste total: 300.000 **Periodo de ejecución:** 27 de mayo de 2007

Adjudicatarios: Publicidad/ creatividad: Cdouble Imagen y RR.Públicas:
Comunicación S.L.
Compra de Medios: Cdouble Imagen y Otros:
Comunicación S.L.

Plan de Medios: Televisión (20%), Radio (25%), Prensa (15%) y Marketing (40%) de un total de 257.935 euros

ACUAMED (*)

ACCIONES INFORMATIVAS SOBRE PROGRAMA AGUA-ALBUFERA

Objetivo: CON MOTIVO DEL ANIVERSARIO COMO PARQUE NATURAL DAR A
CONOCER LAS MEJORAS DEL CICLO HÍDRICO.

Coste total: 817.993,72 **Periodo de ejecución:** De febrero a abril de 2007

Adjudicatarios: Publicidad/ creatividad: Ensuma Congresos RR.Públicas:
Compra de Medios: Estimado José Alfredo, Otros:
Publip S.A., Llorente y
Cuenca y Gabinete de
RR.PP. y Comunicación

Plan de Medios: Televisión (25%), Radio (25%) y Otros (50%) de un total de 679.257,72 euros

ACUAMED (*)

APOYO A LA EDICIÓN DE MICROESPACIOS INFORMATIVOS SOBRE
ACTUACIONES DEL PROGRAMA AGUA EN LA COMUNIDAD VALENCIANA
Y MURCIA

Objetivo: FOMENTAR EL CONOCIMIENTO DE LAS ESTRUCTURAS DEL PROGRAMA
AGUA EN LA COMUNIDAD VALENCIANA Y MURCIA.

Coste total: 1.020.194,16 **Periodo de ejecución:** De febrero a abril de 2007

Adjudicatarios: Publicidad/ creatividad: Paralelo 37 Publ. RR.Públicas:
Málaga y Estudios
Andro
Compra de Medios: La Antesala, Plataforma Otros:
de Publicidad, Paralelo
37 Publicidad Málaga, Tu
Voz Servicios de
Comunicación Integral
Castellón y Agencia de
Comunicaciones
Dobleessa

Plan de Medios: Televisión (50%) y Radio (50%) de un total de 765.574,16 euros

* Grupo Patrimonio

ACUAMED (*)

INFORMACIÓN SOBRE EL PROGRAMA AGUA EN MEDIOS DE DIFUSIÓN GRATUITOS EN LA COMUNIDAD VALENCIANA Y MURCIA

Objetivo: FOMENTAR EL CONOCIMIENTO DE LAS INFRAESTRUCTURAS HIDRÁULICAS DEL PROGRAMA AGUA DEL MINISTERIO DE MEDIO AMBIENTE.

Coste total: 267.342,83 **Periodo de ejecución:** Marzo y abril de 2007

Adjudicatarios: Publicidad/ creatividad: RR.Públicas:

Compra de Medios: Plataforma de Publicidad Otros:
y Mediaedgencia
Mediterránea

Plan de Medios: Prensa (100%) de un total de 267.342,83 euros

ACUAMED (*)

“INFOAGUA”. UNA EXPOSICIÓN ITINERANTE SOBRE LA DESALINIZACIÓN POR LA COSTA MEDITERRÁNEA

Objetivo: INFORMAR Y SENSIBILIZAR SOBRE EL VALOR, CALIDAD Y RESPETO MEDIOAMBIENTAL DE LA PRODUCCIÓN DE AGUA DESALADA COMO SOLUCIÓN A LA ESCASEZ DE RECURSOS HÍDRICOS, MEDIANTE UNA EXPOSICIÓN ITINERANTE POR LA COSTA MEDITERRÁNEA, ENTRE CASTELLÓN Y MÁLAGA.

Coste total: 1.074.740 **Periodo de ejecución:** De septiembre a diciembre de 2007

Adjudicatarios: Publicidad/ creatividad: Estimado José Alfredo RR.Públicas:

Compra de Medios: Paralelo de Publicidad, Otros:
Estimado José Alfredo,
Ensuma Congresos,
Plataforma de Publicidad
y Ecran Comunicación

Plan de Medios: Televisión (5%), Radio (5%), Prensa (5%) y Otros (85%) de un total de 926.500 euros

[Campaña sobrevenida](#)

ACUAMED (*)

PROMOCIÓN DEL AGUA DESALINIZADA. EL MAR, FUENTE INAGOTABLE DE VIDA

Objetivo: PROMOVER ACCIONES DE INFORMACIÓN Y SENSIBILIZACIÓN SOBRE EL VALOR, CALIDAD Y RESPETO MEDIOAMBIENTAL DE LA PRODUCCIÓN DE AGUA DESALINIZADA.

Coste total: 810.028 **Periodo de ejecución:** Agosto de 2007

Adjudicatarios: Publicidad/ creatividad: Estimado José Alfredo RR.Públicas:

Compra de Medios: Pleno Impacto, Otros:
Plataforma de Publicidad,
Ensuma Congresos y
Paralelo 37

Plan de Medios: Radio (10%) y Otros (90%) de un total de 728.828 euros

[Campaña sobrevenida](#)

* Grupo Patrimonio

ACUAMED (*)

CAMPAÑA INFORMATIVA DE ÁMBITO REGIONAL, EN LA COMUNIDAD VALENCIANA, LA REGIÓN DE MURCIA, ALMERÍA Y MÁLAGA

Objetivo: INFORMAR Y SENSIBILIZAR SOBRE EL VALOR, CALIDAD Y RESPETO MEDIOAMBIENTAL DE LA PRODUCCIÓN DE AGUA DESALADA COMO SOLUCIÓN A LA ESCASEZ DE RECURSOS HÍDRICOS EN LAS ZONAS DEL LITORAL MEDITERRÁNEO.

Coste total: 270.202 **Periodo de ejecución:** De octubre a diciembre de 2007

Adjudicatarios: Publicidad/ creatividad: RR.Públicas:

Compra de Medios: Paralelo de Publicidad, Otros:
Estimado José Alfredo,
Pleno Impacto y EC y
Publicidad Kerson

Plan de Medios: Televisión (10%), Radio (10%), Prensa (70%) y Otros (10%) de un total de 270.202 euros

Medidas accesibilidad: Subtitulación

[Campaña sobrevenida](#)

AGUAS DEL DUERO S.A. (*)

MEMORIA ANUAL 2006

Objetivo: DAR A CONOCER LAS ACTIVIDADES DE LA SOCIEDAD MEDIANTE LA MEMORIA ANUAL 2006.

Coste total: 10.327 **Periodo de ejecución:** De enero a diciembre de 2007

Adjudicatarios: Publicidad/ creatividad: RR.Públicas:

Compra de Medios: Otros: Asesores Creativos
de Publicidad S.A.

Plan de Medios: No hay Plan de Medios. Edición y publicación de Memoria (100%) de un total de 10.327 euros

AGUAS DE LA CUENCA DEL GUADALQUIVIR S.A. (*)

CONOCIMIENTO ACTIVIDADES DE LA SOCIEDAD

Objetivo: DIFUNDIR ACTIVIDADES DE LA SOCIEDAD.

Coste total: 33.242,97 **Periodo de ejecución:** De enero a diciembre de 2007

Adjudicatarios: Publicidad/ creatividad: RR.Públicas:

Compra de Medios: Compra directa Otros:

Plan de Medios: Prensa (100%) de un total de 33.242,97 euros

AGUAS DE LA CUENCA DEL NORTE S.A. (*)

ABASTECIMIENTO CANTABRIA

Objetivo: DIFUNDIR ACCIONES EN CANTABRIA.

Coste total: 95.437,19 **Periodo de ejecución:** De 1 de enero a 19 de abril de 2007

Adjudicatarios: Publicidad/ creatividad: Cyc Publicidad S.A. RR.Públicas:

Compra de Medios: Cyc Publicidad S.A. Otros:

Plan de Medios: Radio (18,23%), Prensa (22,98%) y Otros (58,79%) de un total de 94.045,15 euros

* Grupo Patrimonio

AGUAS DE LA CUENCA DEL NORTE S.A. (*)

ABASTECIMIENTO ASTURIAS

Objetivo: DIFUNDIR ACCIONES EN ASTURIAS.

Coste total: 77.557,59 **Periodo de ejecución:** De 1 de enero a 31 de julio de 2007

Adjudicatarios: Publicidad/ creatividad: RR.Públicas:
Compra de Medios: Hélice Gabinete de Otros: Hélice Gabinete de
Diseño Integral S.L. Diseño Integral S.L.

Plan de Medios: Prensa (10,06%) y Otros (89,94%) de un total de 77.557,59 euros

AGUAS DE LA CUENCA DEL TAJO S.A. (*)

ACTO DE LA INAUGURACIÓN DE LA ETAP DE GRIÑÓN

Objetivo: DIVULGAR OBRAS REALIZADAS E INFORMAR AL PUBLICO FUNCIÓN DE LA UE Y FONDOS COHESIÓN EN ESTAS ACTUACIONES Y EN OTROS ACTOS.

Coste total: 31.597 **Periodo de ejecución:** 26 de diciembre de 2007

Adjudicatarios: Publicidad/ creatividad: RR.Públicas:
Compra de Medios: Publicyan Otros:

Plan de Medios: Internet (100%) de un total de 31.597 euros

MINISTERIO DE VIVIENDA

VIVIENDA

POLÍTICA DE VIVIENDA

Objetivo: DIFUSIÓN DE LA POLÍTICA DE VIVIENDA.

Coste total: 4.019.863,56 **Periodo de ejecución:** Hasta 31 de diciembre de 2007

Adjudicatarios: Publicidad/ creatividad: Publicis Comunicación RR.Públicas:
España S.A.
Compra de Medios: Zenithmedia Otros:

Plan de Medios: Televisión (72,65%), Radio (4,97%), Prensa (20,87%) e Internet (1,52%) de un total de 3.058.549,56 euros

Medidas accesibilidad: Subtitulación

SOCIEDAD PÚBLICA DE ALQUILER

POLÍTICA DE VIVIENDA

Objetivo: DIFUSIÓN DE LA POLÍTICA DE VIVIENDA.

Coste total: 1.979.932,79 **Periodo de ejecución:** Hasta 31 de diciembre de 2007

Adjudicatarios: Publicidad/ creatividad: Publicis Comunicación RR.Públicas:
España S.A.
Compra de Medios: Zenithmedia Otros:

Plan de Medios: Televisión (72,65%), Radio (4,97%), Prensa (20,87%) e Internet (1,52%) de un total de 1.506.449,79 euros

Medidas accesibilidad: Subtitulación

* Grupo Patrimonio