

Plan de Publicidad y Comunicación Institucional 2010

Comisión de Publicidad
y Comunicación Institucional



PLAN ANUAL DE PUBLICIDAD Y COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL 2010

Plan anual de Publicidad y Comunicación Institucional 2010

Índice:

I.	Introducción	Pág. 2
II.	Datos principales y distribución por ministerios.....	Pág. 7
III.	Prioridades de publicidad y comunicación institucional.....	Pág. 9
IV.	Distribución por objetivos	Pág. 10
V.	Ranking de campañas.....	Pág. 12
VI.	Distribución de las herramientas de comunicación	Pág. 14
VII.	Principales magnitudes y su evolución.....	Pág. 15
VIII.	Conclusiones	Pág. 21
IX.	Campañas comerciales no sujetas a la Ley	Pág. 22

Anexos:

Anexo 1: Campañas institucionales por ministerio y organismo	Pág. 25
--	---------

Anexo 2: Campañas institucionales por ministerio y coste	Pág. 28
--	---------

Anexo 3: Relación de campañas institucionales 2010

▪ Ministerio de la Presidencia	Pág. 34
▪ Ministerio de Economía y Hacienda	Pág. 35
▪ Ministerio de Política Territorial.....	Pág. 37
▪ Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación	Pág. 37
▪ Ministerio de Justicia.....	Pág. 39
▪ Ministerio de Defensa	Pág. 40
▪ Ministerio del Interior.....	Pág. 40
▪ Ministerio de Fomento	Pág. 41
▪ Ministerio de Educación.....	Pág. 46
▪ Ministerio de Trabajo e Inmigración.....	Pág. 48
▪ Ministerio de Industria, Turismo y Comercio.....	Pág. 50
▪ Ministerio de Medio Ambiente, y Medio Rural y Marino.....	Pág. 53
▪ Ministerio de Cultura	Pág. 63
▪ Ministerio de Sanidad y Política Social.....	Pág. 66
▪ Ministerio de Vivienda.....	Pág. 68
▪ Ministerio de Ciencia e Innovación	Pág. 69
▪ Ministerio de Igualdad.....	Pág. 70

Anexo 4: Relación de campañas comerciales 2010

▪ Ministerio de la Presidencia	Pág. 72
▪ Ministerio de Economía y Hacienda	Pág. 72
▪ Ministerio de Fomento	Pág. 78
▪ Ministerio de Industria, Turismo y Comercio.....	Pág. 83
▪ Ministerio de Medio Ambiente, y Medio Rural y Marino.....	Pág. 84
▪ Ministerio de Cultura	Pág. 85

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 de publicidad y comunicación 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.

El marco legal aplicable a esta materia incorpora instrumentos de control previo sobre el contenido específico de las campañas de publicidad y comunicación institucional. La Ley 29/2005 establece que sólo se podrán promover o contratar campañas institucionales de publicidad y de comunicación cuando tengan alguno de los objetivos enumerados en su artículo 3. Asimismo, la Ley de Publicidad y Comunicación Institucional expone en ese mismo artículo que las campañas institucionales de publicidad y de comunicación se desarrollarán exclusivamente cuando concurren razones de interés público y en el ejercicio de sus competencias; contribuirán a fomentar la igualdad entre hombres y mujeres y respetarán la diversidad social y cultural presente en la sociedad; y se ajustarán siempre a las exigencias derivadas de los principios de interés general, lealtad institucional, veracidad, transparencia, eficacia, responsabilidad, eficiencia y austeridad en el gasto.

Por otro lado, el artículo 4 de la citada Ley prohíbe expresamente aquellas campañas que tengan como finalidad destacar los logros de gestión o los objetivos alcanzados; que manifiestamente menoscaben, obstaculicen o perturben las políticas públicas o cualquier actuación legítimamente realizada por otro poder público en el ejercicio de sus competencias; que incluyan mensajes discriminatorios, sexistas o contrarios a los principios, valores y derechos constitucionales; y que inciten, de forma directa o indirecta, a

La Ley 29/2005 de Publicidad y Comunicación Institucional establece cuatro objetivos prioritarios: transparencia, profesionalización, utilidad pública y lealtad institucional

La Ley 29/2005 dispone que el Gobierno elaborará un plan anual de publicidad y de comunicación institucional

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

la violencia o a comportamientos contrarios al ordenamiento jurídico. Asimismo, los mensajes o la presentación de las campañas institucionales de publicidad y de comunicación no podrán inducir a confusión con los símbolos, ideas, expresiones, diseños o imágenes empleados por cualquier formación política u organización social; y no se podrán difundir campañas institucionales que no se identifiquen claramente como tales y que no incluyan la mención expresa de la Administración o entidad promotora o contratante. Además, se promueve la accesibilidad para las personas con discapacidad (artículo 5); se otorga preferencia a los soportes más respetuosos con el medio ambiente (artículo 6); y se promueve el uso de las lenguas cooficiales del Estado (artículo 9).

En el marco de su función planificadora y de control previo, y para la consecución del objetivo relativo a la transparencia de la Administración General del Estado en materia de publicidad y comunicación institucional, la Ley encomienda a la Comisión de Publicidad y Comunicación Institucional la elaboración anual de un Plan en los siguientes términos:

*“Artículo 12. Plan anual de publicidad y comunicación institucional.
La Comisión de publicidad y comunicación institucional elaborará anualmente, a partir de las propuestas recibidas de todos los ministerios, un plan de publicidad y comunicación en el que se incluirán todas las campañas institucionales que prevea desarrollar la Administración General del Estado, incluidas las de las entidades adscritas a ésta.
En el plan se especificarán, al menos, las indicaciones necesarias sobre el objetivo de cada campaña, el coste previsible, el periodo de ejecución, las herramientas de comunicación utilizadas, el sentido de los mensajes, sus destinatarios y los organismos y entidades afectadas.
El Plan anual de publicidad y comunicación institucional será aprobado por el Consejo de Ministros”.*

De acuerdo con el mandato legal estas páginas configuran el cuarto plan anual de Publicidad y Comunicación Institucional, correspondiente al año 2010. El presente Plan recoge todas las campañas de publicidad y comunicación institucional cuya contratación se prevé para el año 2010, con especificación del objetivo, sentido de los mensajes, destinatarios, coste previsible, período de ejecución, herramientas de comunicación a utilizar, organismos y entidades afectadas, así como las medidas adoptadas para garantizar la accesibilidad de las personas con discapacidad, tal y como requiere la Ley 29/2005 y el R.D. 947/2006, que la desarrolla.

Sólo se podrán promover campañas institucionales de publicidad y comunicación cuando persigan los objetivos enumerados en el artículo 3 de la Ley 29/2005, por su parte el artículo 4 relaciona cuándo no se podrán promover o contratar este tipo de campañas

En el presente Plan se incluyen el objetivo, sentido de los mensajes y destinatarios de las campañas que se llevarán a cabo durante el año 2010, su coste previsible, periodo de ejecución, herramientas de comunicación a utilizar, organismos y entidades afectadas y medidas adoptadas para garantizar la accesibilidad de las personas con discapacidad

A su vez, la Ley señala que cuando por motivos sobrevenidos deban realizarse campañas institucionales de publicidad y comunicación no recogidas en este Plan (artículo 13 de la Ley 29/2005 y artículo 11.4 del Real Decreto 947/2006) y para garantizar que el objetivo de la transparencia se mantiene a lo largo de todo el ejercicio, el órgano o entidad que promueva o controle la campaña habrá de recabar la autorización del titular del departamento, previa comunicación a la Comisión, el cual posteriormente dará cuenta de la autorización concedida al Consejo de Ministros.

El presente Plan se configura como un documento marco en el que se recogen las previsiones y la planificación para el año 2010, en materia de publicidad y comunicación institucional, de todos los ministerios y de las entidades a ellos adscritas.

Las campañas incluidas en este Plan han sido comunicadas a la Comisión, por parte de todos los departamentos ministeriales, con una finalidad puramente informativa y planificadora, dado que las distintas campañas se concretarán en el momento en que se lleve a cabo su contratación y la elaboración consiguiente del plan de medios correspondiente. La recogida de estos datos por parte de la Secretaría de la Comisión de Publicidad y Comunicación Institucional, adscrita a la Secretaría de Estado de Comunicación, se ha llevado a cabo mediante un formulario, remitido por todos los departamentos ministeriales a la citada Comisión para facilitar el tratamiento de la información y su posterior sistematización. En el mencionado formulario se han indicado los datos de cada una de las campañas y sus debidos importes reflejados con su correspondiente IVA. Estos datos aparecen recogidos, de forma pormenorizada, en los anexos III y IV del presente Plan.

Se incluye igualmente en este Plan 2010 un epígrafe dedicado al análisis de la evolución de las principales magnitudes desde 2007, año en el que se elaboró el primer Plan de Publicidad y Comunicación Institucional. Esta evolución demuestra el esfuerzo llevado a cabo por el Gobierno y el sector público estatal en general, a la hora de aunar la eficacia, en la consecución de los objetivos legalmente marcados, con la eficiencia y austeridad en el gasto, a las que el sector público estatal debe adecuar siempre sus actuaciones. En este sentido, es significativa la notable reducción de la previsión presupuestaria dedicada a publicidad y comunicación institucional desde el año 2007 hasta el año actual.

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

Desde el año 2007 se ha reducido la previsión presupuestaria dedicada a esta materia en un 51'1%

Por otra parte, la preocupación ciudadana por la situación económica general aconseja ampliar los canales de comunicación para dar a conocer las medidas adoptadas por el Gobierno para paliar los efectos de la crisis, contenidos en la Ley de Economía Sostenible.

Dentro del presente Plan se identifican seis campañas relacionadas con las actuaciones previstas en la Ley. Dichas campañas incluirán el logotipo de economía sostenible en la firma gráfica o de audio de los anuncios.

Las seis campañas incluidas en este apartado son:

“Líneas ICO 2010 de apoyo a la empresa”, cuyo objetivo es el de promocionar las líneas de financiación ICO 2010 destinadas a autónomos y pymes: Inversión Nacional, Inversión Internacional, Emprendedores y Liquidez.

“Facilitador Financiero”, cuyo objetivo es dar a conocer el instrumento que posibilitará el acceso al crédito de autónomos y pymes que hayan visto rechazadas sus peticiones de crédito.

“Divulgación e información sobre el Fondo Estatal para el Empleo y la sostenibilidad local”, campaña del Ministerio de Política Territorial cuyo objetivo es el de fomentar el conocimiento por parte de los ciudadanos de las obras financiadas por el Estado y promovidas por los ayuntamientos de España con cargo al citado Fondo, con especial incidencia en sus aspectos relacionados con el empleo y la sostenibilidad económica.

“Difusión sobre instrumentos y actuaciones del CDTI de Ayuda a la I+D+I”, del Ministerio de Ciencia e Innovación, cuyo objetivo es la información a empresarios y emprendedores sobre instrumentos y actuaciones del CDTI de ayuda a la I+D+I (ayudas CDTI, CENIT, NEOTEC, etc.) y la sensibilización sobre la cultura de la innovación.

“Convocatoria Torres Quevedo”, del Ministerio de Ciencia e Innovación, cuyo objetivo es dar la mayor difusión al subprograma Torres Quevedo y estimular la oferta y la demanda de investigadores para su incorporación en empresas y entidades que realizan actividades de I+D.

“Información sobre medidas puestas en marcha por el Ministerio de Vivienda”, para difundir, entre la población de rentas bajas a medias así como ciudadanos en general y empresas del

Seis campañas se identifican con las actuaciones previstas en la Ley de Economía Sostenible y en ellas se incluirá, en la firma gráfica o de audio, el logotipo de economía sostenible



sector de la construcción, los instrumentos y medidas previstas en la estrategia de economía sostenible sobre rehabilitación y alquiler.

Asimismo el presente Plan 2010 recoge una campaña del Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación sobre la presidencia española de la Unión Europea que servirá para dar a conocer a los ciudadanos las prioridades de la presidencia española de la UE.

Por último, el Plan reserva un apartado final en el que se recogen las campañas de carácter comercial, industrial o mercantil que lleva a cabo la Administración General del Estado, pero que no entran dentro del ámbito de aplicación de la Ley de Publicidad y Comunicación Institucional.

Se reserva un apartado final en el que se recogen las campañas de carácter comercial, industrial o mercantil que se llevarán a cabo en el año 2010

II. Datos principales y distribución por ministerios

La Administración General del Estado llevará a cabo durante el año 2010 un total de 114 campañas de publicidad o iniciativas de comunicación institucionales, con un gasto total previsto de 130.959.921 euros.

La media de inversión por campaña será, en dicho periodo, de 1.148.771 euros y se contratarán una media de 10 campañas al mes, por un importe de 10.913.327 euros.

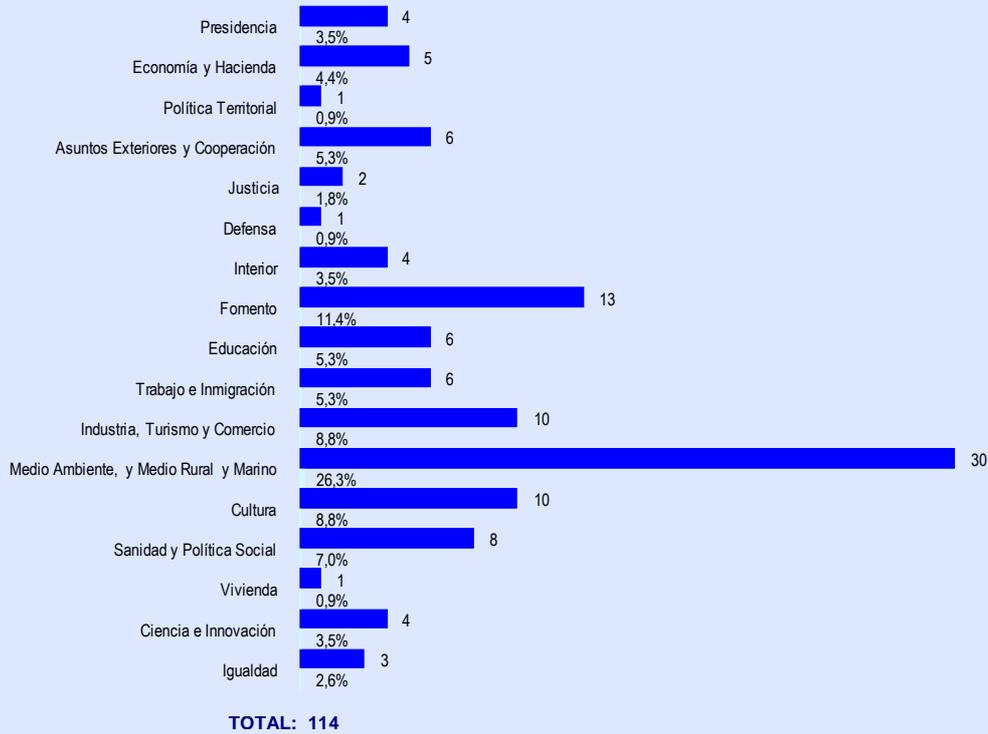
Los ministerios que llevarán a cabo un número mayor de campañas (10 o más) serán el Ministerio de Medio Ambiente, y Medio Rural y Marino con 30, lo que representa un 26'3%; a continuación se sitúan los Ministerios de Fomento con 13 campañas, el 11'4%, y Cultura e Industria, Turismo y Comercio con 10 campañas cada uno, el 8'8%. Estas cifras, en cuanto al número de campañas, vienen a representar que los cuatro ministerios mencionados realizarán el 55'3% de las campañas de publicidad y comunicación institucional, mientras que los trece ministerios restantes ejecutarán el 44'7% de campañas.

En cuanto a peso inversor realizado (por encima del 5% del total de la inversión prevista), el primer ministerio es el de Industria, Turismo y Comercio con el 17'6% (23.070.068 euros), seguido del Ministerio de Medio Ambiente, y Medio Rural y Marino con el 15'7% (20.518.547 euros), Interior con el 12'6% (16.442.520 euros), Trabajo e Inmigración con el 12'1% (15.858.000 euros), Fomento con el 10% (13.132.150 euros), Defensa con el 7'2% (9.488.814 euros) e Igualdad con el 5'3% (6.980.000 euros). Estos ministerios relacionados suman el 80'5% del total de la inversión prevista, mientras que los diez ministerios restantes se repartirán el 19'5% del presupuesto total.

Los ministerios de Industria, Turismo y Comercio, Medio Ambiente, y Medio Rural y Marino, Interior, Trabajo e Inmigración, Fomento, Defensa e Igualdad representan el 80'5% del total de la inversión

Medio Ambiente, y Medio Rural y Marino será, en el año 2010, el ministerio que lleve a cabo mayor número de campañas

Número de campañas



Presupuesto



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 2010 serán las siguientes:

- Promoción de hábitos saludables y seguros para la ciudadanía y el cuidado de su entorno (seguridad vial, ahorro energético, medio ambiente, salud y hábitos de vida, prevención del consumo de alcohol, alimentación, etc.). Esta partida alcanza el 40'8% de las previsiones presupuestarias.
- Promoción en materia de derechos de los ciudadanos (empleo, violencia de género, explotación sexual, oferta educativa y cultural, fiscalidad, información electoral, cooperación, becas y ayudas, etc.) que supone un 22'7% del gasto previsto.
- Conocimiento por parte de la ciudadanía de las infraestructuras y medios de transporte público existentes, con un 13'3% del presupuesto.
- Apoyo al desarrollo de las nuevas tecnologías, con un 8'7% del presupuesto.
- Campañas de información sobre oferta de empleo público (reclutamiento del Ministerio de Defensa, difusión de la oferta de empleo público por parte del Ministerio de Trabajo e Inmigración) que suman un 7'3% del monto total.
- Promoción del turismo y la cultura que alcanza un 2'8% de las previsiones.
- Otras, a las que se destinará un 4'3% del gasto previsto.

Hábitos saludables, derechos de los ciudadanos, infraestructuras y transportes públicos, nuevas tecnologías, empleo público y turismo y cultura serán, por este orden, las prioridades de la Administración General del Estado durante el año 2010



IV. Distribución por objetivos

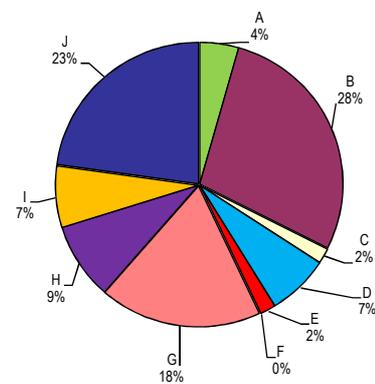
En su artículo 3.1 la Ley 29/2005, de 29 de diciembre, de Publicidad y Comunicación Institucional, indica de manera explícita los objetivos que pueden tener las campañas de publicidad y comunicación institucional.

El objetivo que se buscará con mayor asiduidad a lo largo de 2010, en relación al número de campañas, será el de 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 (apartado B).

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

También serán significativos dos 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) y el de apoyar a sectores económicos españoles en el exterior, promover la comercialización de productos españoles y atraer inversiones extranjeras (apartado H).

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



Objetivo	Número de Campañas	Porcentaje
A. Promover la difusión y conocimiento de los valores y principios constitucionales	5	4,39
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	32	28,07
C. Informar a los ciudadanos sobre la existencia de procesos electorales y consultas populares	2	1,75
D. Difundir el contenido de aquellas disposiciones jurídicas que, por su novedad y repercusión social, requieran medidas complementarias para su conocimiento general	8	7,02
E. Difundir ofertas de empleo público que por su importancia e interés así lo aconsejen	2	1,75
F. Advertir de la adopción de medidas de orden o seguridad pública cuando afecten a una pluralidad de destinatarios	0	0,00
G. Anunciar medidas preventivas de riesgos o que contribuyan a la eliminación de daños de cualquier naturaleza para la salud de las personas o el patrimonio nacional	21	18,42
H. Apoyar a sectores económicos españoles en el exterior, promover la comercialización de productos españoles y atraer inversiones extranjeras	10	8,77
I. Difundir las lenguas y el patrimonio histórico y natural de España	8	7,02
J. Comunicar programas y actuaciones públicas de relevancia e interés social	26	22,81
Total	114	100

Inversión total en miles de euros por objetivo y ministerio

Como puede apreciarse, a diferencia de la distribución por objetivos en función del número de campañas, el objetivo que ocupa el primer lugar en cuanto a previsión de gasto es el G; anunciar medidas preventivas de riesgos o que contribuyan a la eliminación de daños de cualquier naturaleza para la salud de las personas o el patrimonio nacional (32'1% del presupuesto total); seguido del B, esto es, 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 (23'7%); y del H, apoyar a sectores económicos españoles en el exterior, promover la comercialización de productos españoles y atraer inversiones extranjeras (11'7%).

A nivel de inversión los objetivos G, B y H del art. 3.1 de la Ley de Publicidad y Comunicación Institucional ocupan los primeros lugares

MINISTERIO	OBJETIVO										TOTAL
	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	
PRESIDENCIA									430	27	457
ECONOMÍA Y HACIENDA		50		3.800						484	4.334
POLÍTICA TERRITORIAL										6.000	6.000
ASUNTOS EXTERIORES Y COOPERACIÓN		1.366								330	1.696
JUSTICIA		70								37	107
DEFENSA					9.489						9.489
INTERIOR	113		90				16.239				16.442
FOMENTO		12.245					817			70	13.132
EDUCACIÓN		1.832		700						1.170	3.702
TRABAJO E INMIGRACIÓN		5.625		6.100	133		4.000				15.858
INDUSTRIA, TURISMO Y COMERCIO		5.021					11.900	4.147		2.002	23.070
MEDIO AMBIENTE, Y MEDIO RURAL Y MARINO		3.360					5.782	10.951	15	410	20.518
CULTURA	478	60						250	2.020	948	3.756
SANIDAD Y POLÍTICA SOCIAL	28						3.300				3.328
VIVIENDA				800							800
CIENCIA E INNOVACIÓN		1.200		90							1.290
IGUALDAD	6.780	200									6.980
TOTAL	7.399	31.029	90	11.490	9.622	0	42.038	15.348	2.465	11.478	130.959

V. Ranking de campañas

Durante el año 2010 se prevé la contratación de una campaña que supera los diez millones de euros: la de Seguridad Vial (Dirección General de Tráfico).

Seis campañas más prevén una inversión entre cinco y diez millones de euros: Campaña de Proximidad de las Fuerzas Armadas, Reconocimiento y Apoyo al Reclutamiento (Ministerio de Defensa), "Ahorra Energía - Selección Nacional de Fútbol" (IDAE), "Difusión de las Campañas de Publicidad FROM en el Medio Televisión" (FROM), "Campaña de Divulgación e Información de las Obras del Fondo Estatal para el Empleo y la Sostenibilidad Local y su Impacto Socioeconómico" (Ministerio de Política Territorial), "Campaña Línea Alta Velocidad: Madrid-Cuenca-Albacete-Valencia" (ADIF) y "Tarjeta Roja" (Delegación del Gobierno para la Violencia de Género). Con un presupuesto de entre cuatro y cinco millones de euros se llevarán a cabo otras tres campañas: "Acreditación de la Experiencia Profesional" (Servicio Público de Empleo Estatal), "Asesoramiento Público al Empresario en Empresas de Menos de Diez Trabajadores" (Instituto Nacional de Seguridad e Higiene en el Trabajo) y Plan Avanza (Red.es).

En el año 2010 se prevé contratar tres campañas más cuyo presupuesto es igual o superior a tres millones de euros e inferior a cuatro: "Lanzamiento de redtrabaj@" (Servicio Público de Empleo Estatal), "Difusión del DNI Electrónico" (Red.es) y "Campaña de Información y Asistencia al Ciudadano" (Agencia Tributaria).

Si se continúa analizando, se observa que se llevarán a cabo en 2010 un total de cuatro campañas entre dos y tres millones de euros: "Campaña de Utilización de Medicamentos Genéricos" (Ministerio de Sanidad y Política Social), "Innovación en Materia de Empleo" y "Consolidación de redtrabaj@" (ambas del Servicio Público de Empleo Estatal) y "Campañas Específicas de Sensibilización: Ahorro de Energía" (IDAE).

Sólo una campaña (0'9% del total) supera los diez millones de euros y equivale al 12'4% de la inversión total

Un total de diez campañas (8'8% del total) realizarán una inversión igual o superior a cuatro millones de euros y representan el 52'3% de la inversión total

Las trece campañas de tres o más millones de euros (11'4% del total) constituyen el 59'9% de la inversión total

Un total de 17 campañas (14'9% del total) de dos o más millones de euros suponen el 66'2% de la inversión total prevista

Campañas que superan los dos millones de euros de inversión

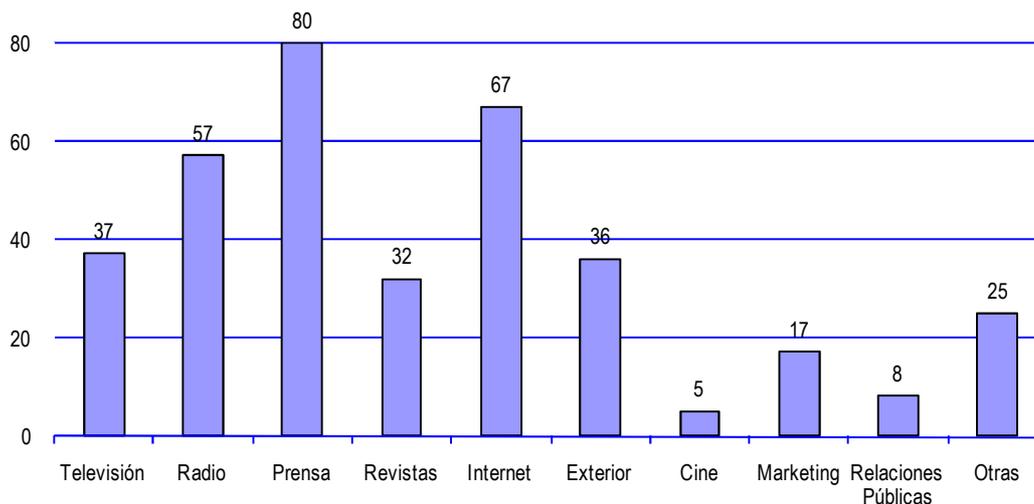
MINISTERIO	ORGANISMO	TITULO CAMPAÑA	COSTE	% ACUMULADO
Interior	Jefatura Central de Tráfico - DGT	Campaña Divulgativa de la Seguridad Vial para 2010	16.239.520	12,40%
Defensa	Dirección General de Reclutamiento y Enseñanza Militar	Campaña de Proximidad de las Fuerzas Armadas, Reconocimiento y Apoyo al Reclutamiento	9.488.814	19,65%
Industria, Turismo y Comercio	Instituto para la Diversificación y Ahorro de la Energía (IDAE)	Ahorra Energía-Selección Nacional de Fútbol	8.400.000	26,06%
Medio Ambiente, y Medio Rural y Marino	FROM	Difusión de las Campañas de Publicidad FROM en el Medio Televisión	6.020.880	30,66%
Política Territorial	Política Territorial	Campaña de Divulgación e Información de las Obras del Fondo Estatal para el Empleo y la Sostenibilidad Local y su Impacto Socioeconómico	6.000.000	35,24%
Fomento	Administrador de Infraestructuras Ferroviarias (ADIF)	Campaña LAV Madrid-Cuenca-Albacete-Valencia	5.393.400	39,36%
Igualdad	Delegación del Gobierno para la Violencia de Género	Tarjeta Roja	5.030.000	43,20%
Trabajo e Inmigración	Servicio Público de Empleo Estatal	Acreditación de la Experiencia Profesional	4.000.000	46,25%
Trabajo e Inmigración	Instituto Nacional de Seguridad e Higiene en el Trabajo	Asesoramiento Público al Empresario en Empresas de Menos de Diez Trabajadores	4.000.000	49,31%
Industria, Turismo y Comercio	Red.es	Plan Avanza	4.000.000	52,36%
Trabajo e Inmigración	Servicio Público de Empleo Estatal	Lanzamiento de redtrabaj@	3.625.000	55,13%
Industria, Turismo y Comercio	Red.es	Difusión del DNI Electrónico	3.221.095	57,59%
Economía y Hacienda	Agencia Tributaria	Campaña de Información y Asistencia al Ciudadano, destacándose fundamentalmente dentro de estas acciones las relativas a la Campaña del Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas	3.040.000	59,91%
Sanidad y Política Social	Dirección General de Farmacia y Productos Sanitarios	Campaña de Utilización de Medicamentos Genéricos	2.200.000	61,59%
Trabajo e Inmigración	Servicio Público de Empleo Estatal	Innovación en Materia de Empleo	2.100.000	63,19%
Trabajo e Inmigración	Servicio Público de Empleo Estatal	Consolidación de redtrabaj@	2.000.000	64,72%
Industria, Turismo y Comercio	Instituto para la Diversificación y Ahorro de la Energía (IDAE)	Campañas Específicas de Sensibilización: Ahorro de Energía	2.000.000	66,25%
TOTAL			86.758.709	

VI. Distribución de las herramientas de comunicación

El 70'2% de las campañas insertarán anuncios en la prensa escrita (incluye dominicales y suplementos), el 58'8% utilizará Internet como soporte publicitario, radio el 50% y televisión el 32'5%. El 31'6% de las campañas propone los soportes exteriores como medio publicitario, mientras que el 28'1% hará uso de las revistas y el 14'9% del marketing. Además el 7% utilizará las relaciones públicas y el 4'4% el cine. Herramientas distintas a todas las anteriores (carteles, folletos, libros, dípticos, etc.) serán utilizadas en el 21'9% de las campañas o iniciativas de comunicación.

Prensa escrita, Internet, radio y TV serán, por este orden, los medios utilizados con más frecuencia en las campañas institucionales durante el año 2010

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



Medio	Nª campañas	%
Televisión	37	32,5%
Radio	57	50,0%
Prensa (incluye dominicales y suplementos)	80	70,2%
Revistas	32	28,1%
Internet	67	58,8%
Exterior	36	31,6%
Cine	5	4,4%
Marketing	17	14,9%
Relaciones Públicas	8	7,0%
Otras	25	21,9%

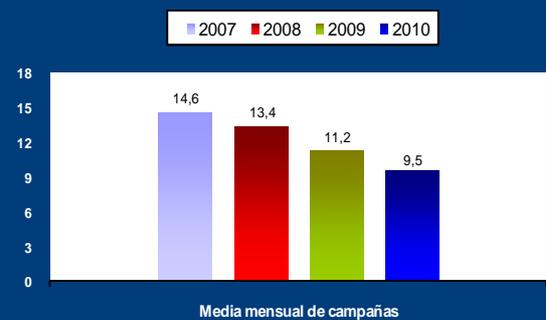
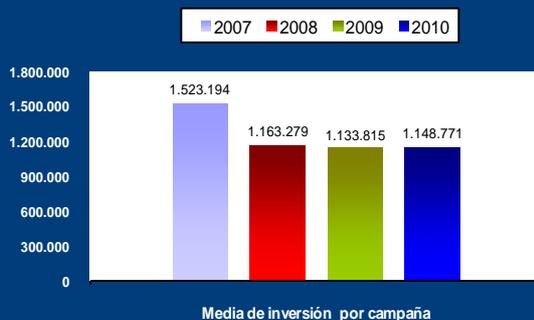
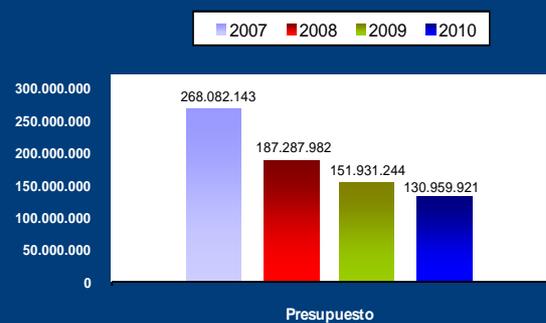
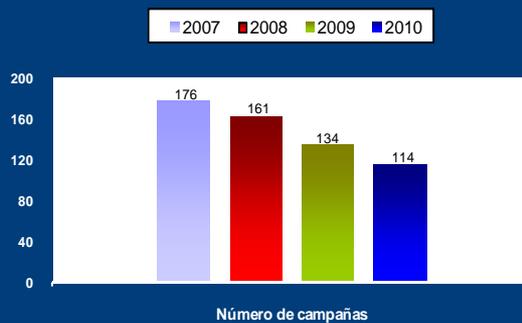
VII. Principales magnitudes y su evolución

La inversión total prevista en materia de publicidad y comunicación institucional para 2010 es de **130'9 millones de euros, 20'9 millones menos (-13'8%)** que lo previsto en el Plan de Publicidad y Comunicación Institucional del año 2009, que a su vez había reducido la previsión de gasto en 35'3 millones de euros con respecto al Plan 2008. Este Plan también redujo el presupuesto en 80'7 millones de euros en relación a las previsiones del Plan 2007.

Por tanto, la reducción en el periodo 2007-2010, en materia de previsiones de publicidad y comunicación institucional, ha sido de 137'1 millones de euros (-51'1%).

Por lo que respecta al número de campañas, se prevé la contratación de un total de 114 campañas de publicidad o comunicación, un 14'9% menos que en el año 2009. La media de inversión por campaña será, a lo largo del año 2010, de 1.148.771 euros y se contratará una media de 10 campañas al mes, por un importe mensual de 10.913.327 euros.

La inversión en publicidad y comunicación institucional prevista para el año 2010 es de 130'9 millones de euros repartidos en 114 campañas



En lo que se refiere a las prioridades de publicidad y comunicación institucional, entre el Plan 2009 y el Plan 2010 destaca el aumento del 5'5% al 13'3% del coste total de la partida destinada al conocimiento de infraestructuras y medios de transporte público. Aumentan también, aunque en menor medida, el porcentaje en materia de promoción de hábitos saludables y seguros para la ciudadanía y el cuidado de su entorno (del 39% al 40'8%) y de información sobre oferta de empleo público (del 7% al 7'3%). Por el contrario, desciende el porcentaje destinado a la promoción en materia de derechos de los ciudadanos (del 31% al 22'7%), de apoyo al desarrollo de nuevas tecnologías (del 12% al 8'7%) y el porcentaje destinado a la promoción del turismo y la cultura (del 3'5% al 2'8%).

Respecto del número total de campañas previstas, se produce un descenso de 20 campañas, de 134 en 2009 a 114 en 2010, lo que representa una disminución del 14'9%. En la distribución por ministerios destaca el descenso de campañas previstas respecto al año 2009 del Ministerio del Interior, que reduce diez campañas, de 14 a 4 (este año sólo hay un proceso electoral: las elecciones al Parlamento de Cataluña). En menor medida reducen campañas el Ministerio de Fomento que pasa de 17 a 13; el Ministerio de Trabajo e Inmigración, de 9 a 6; el Ministerio de Justicia, de 4 a 2; el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, de 12 a 10; los ministerios de Ciencia e Innovación y Presidencia, de 6 a 4 campañas; el Ministerio de Vivienda, de 3 a 1; el Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación, de 7 a 6; y el Ministerio de Igualdad, de 4 a 3.

Entre los departamentos ministeriales que aumentan el número de campañas previstas destacan el Ministerio de Medio Ambiente, y Medio Rural y Marino, que sube de 27 a 30 su número de campañas; el Ministerio de Economía y Hacienda, de 2 a 5; el Ministerio de Educación, de 3 a 6 (en el anterior Plan como Ministerio de Educación, Política Social y Deporte); el Ministerio de Cultura, de 9 a 10; y el Ministerio de Sanidad y Política Social, de 7 a 8 (en el anterior Plan como Ministerio de Sanidad y Consumo). El Ministerio de Defensa planifica igual número de campañas que en el año anterior (1 campaña).

La inversión total prevista, por su parte, desciende, como ya ha quedado plasmado, de 151'9 millones de euros a 130'9 millones (-20.971.323 euros, -13'8%). En cuanto a la distribución por ministerios, este descenso de la inversión es muy significativo en los Ministerios de Ciencia e Innovación (-7.210.000 euros, -84'82%), Cultura (-6.695.020 euros, -64'06%) Sanidad y Política Social (-5.895.000 euros, -63'92%, si bien en el Plan 2009 como Ministerio de Sanidad y Consumo), Igualdad (-5.020.000 euros, -41'83%), e Industria, Turismo y

Destaca el aumento de las prioridades en materia de conocimiento de infraestructuras y medios de transporte público y de hábitos saludables y seguros para la ciudadanía

Se produce un descenso de 20 campañas previstas para el año 2010 respecto al 2009

Los ministerios del Interior, Fomento, Trabajo e Inmigración, Justicia, Industria, Turismo y Comercio, Ciencia e Innovación, Presidencia, Vivienda, Asuntos Exteriores y Cooperación e Igualdad reducen el número de campañas

Comercio (-3.213.132 euros, -12'23%). Descienden también, aunque en menor medida (por debajo de los tres millones de euros), los Ministerios de Medio Ambiente, y Medio Rural y Marino (-1.710.658 euros), Defensa (-1.135.553 euros), Trabajo e Inmigración (-792.000 euros), Asuntos Exteriores y Cooperación (-354.256 euros) y Vivienda (-350.000 euros). En lo que se refiere al aumento del presupuesto previsto, el Ministerio de Fomento aumenta éste en 3.897.200 euros, el Ministerio de Economía y Hacienda en 3.233.629 euros, Educación en 421.900 euros (en el Plan 2009 aparecía como Ministerio de Educación, Política Social y Deporte), Presidencia en 206.563 euros y Justicia en 42.149 euros.

En lo que a la distribución por objetivos se refiere, lo más destacable es la reducción de los porcentajes referidos al número de campañas cuyos objetivos son es el de informar a los ciudadanos sobre la existencia de procesos electorales y consultas populares (artículo 3.1.c de la Ley 29/2005) que baja del 7'5 al 1'7% y 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 pasa del 14'2% al 8'8% en las previsiones contenidas en el presente Plan para el año 2010. En sentido contrario, destaca la ampliación de los porcentajes de campañas cuyos objetivos son el de comunicar programas y actuaciones públicas de relevancia e interés social (del 14'2% al 22'8%), 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 (del 16'4% al 18'4%), y el de difundir las lenguas y el patrimonio histórico y natural de España (del 5'2% al 7%).

En relación con el ranking de las campañas, se consolida la tendencia del Plan 2009. Si en el año 2008 había 35 campañas de dos o más millones de euros, en 2009 pasaron a ser 23, y en el presente Plan 2010 se reducen aún más, sólo 17 campañas prevén un coste igual o superior a dos millones de euros; de éstas 17, cuatro prevén un coste de entre dos y tres millones de euros (doce en el Plan 2009), otras tres campañas presupuestan entre tres y cuatro millones de euros (tres en el Plan 2009) y diez campañas prevén un coste igual o superior a los cuatro millones de euros (ocho campañas en el Plan 2009).

Disminuye en 20'9 millones de euros la inversión total prevista

Los ministerios de Ciencia e Innovación, Cultura, Sanidad y Política Social, Igualdad, Industria, Turismo y Comercio, Medio Ambiente, y Medio Rural y Marino y Defensa reducen el coste previsto en más de un millón de euros

Se consolida la disminución del número de campañas que prevén un presupuesto igual o superior a dos millones de euros

En resumen, las campañas de tres o más millones de euros que continúan encabezando el ranking en relación al coste previsto son las de seguridad vial (Dirección General de Tráfico) y reclutamiento del Ministerio de Defensa. Igualmente, siguen situándose en los primeros puestos (por encima de los tres millones de euros) la campaña de ahorro de energía del IDAE; la campaña de asesoramiento al empresario del INSHT, que presupuesta cuatro millones de euros, una cantidad claramente inferior a la suma de las cantidades de las dos campañas (7'5 millones de euros) que en el año 2009 proyectó realizar este organismo; la campaña del medio televisivo del FROM; la campaña de sensibilización contra la violencia de género del Ministerio de Igualdad; la campaña del Plan Avanza de Red.es; y la campaña del DNI electrónico. Asimismo, se incorporan a este apartado de campañas con mayor previsión presupuestaria la campaña de divulgación e información de las obras del Fondo Estatal para el Empleo y la Sostenibilidad Local del Ministerio de Política Territorial, la campaña de ADIF de la línea de alta velocidad Madrid-Valencia, las campañas de acreditación de la experiencia profesional y redtrabaj@ del Servicio Público de Empleo Estatal y la campaña de información y asistencia al ciudadano de la Agencia Tributaria. Desaparece de este ranking de campañas, puesto que no se llevará a cabo en el año 2010, la campaña informativa de la TDT de Red.es, aunque sí que se prevé la realización de una campaña de difusión de la TDT de la Dirección General de Telecomunicaciones y Tecnologías de la Información del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio con un coste de 1'5 millones de euros; asimismo desaparece de este ranking la campaña de los centros artísticos del INAEM (que cambia su naturaleza pasando a ser considerada campaña comercial, reduciendo además su presupuesto de 4'5 millones de euros en el Plan 2009 a 3 millones de euros en el Plan 2010).

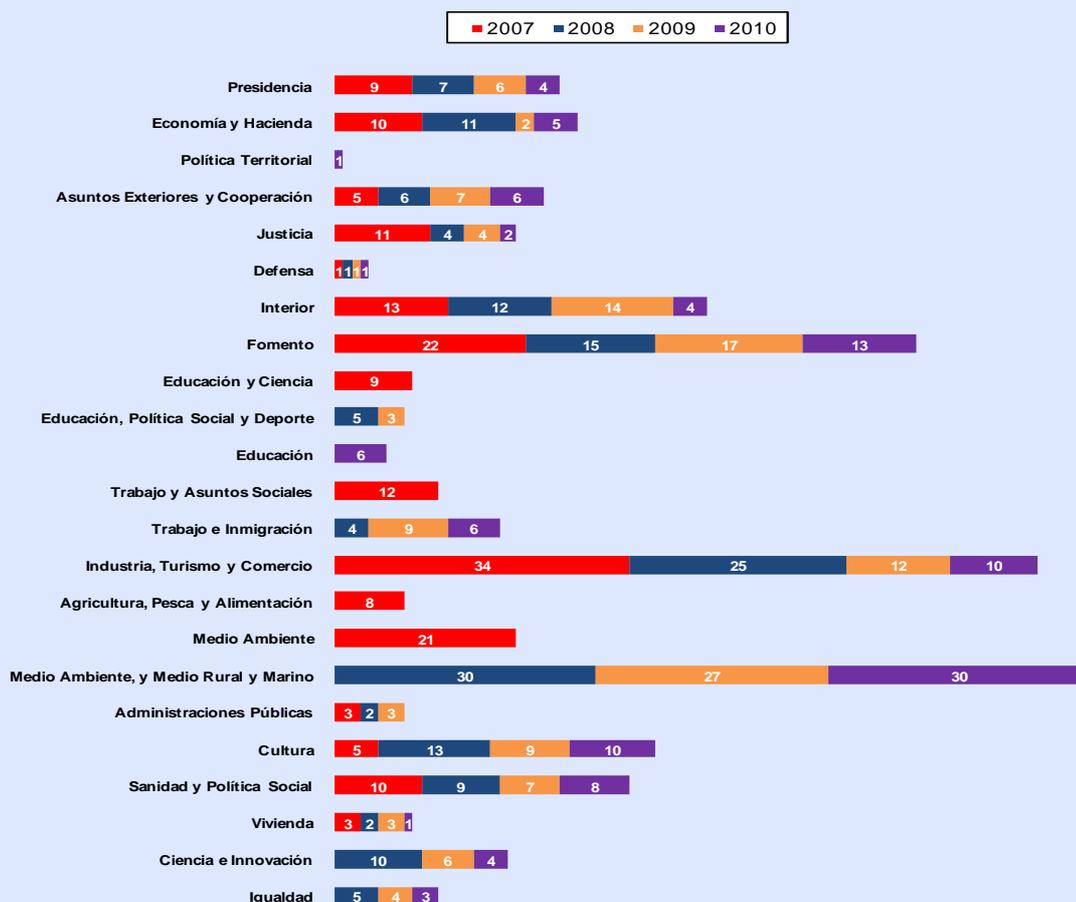
Por último, en lo que respecta a la distribución de las herramientas de comunicación según el número de campañas en que serán utilizadas, destaca el aumento del empleo de prensa y revistas (en el Plan 2010 se han desglosado estos soportes publicitarios que en el Plan 2009 aparecían como una única herramienta de comunicación), así como del marketing; por el contrario hay una disminución porcentual del empleo de televisión, radio, internet, exterior y relaciones públicas.

No obstante en el Plan 2010, al igual que en el Plan 2009, prensa, internet, radio y televisión siguen siendo, por este orden, las herramientas de comunicación más utilizadas.

Las campañas de seguridad vial de la DGT y de reclutamiento del Ministerio de Defensa continúan encabezando el ranking de campañas en relación al presupuesto

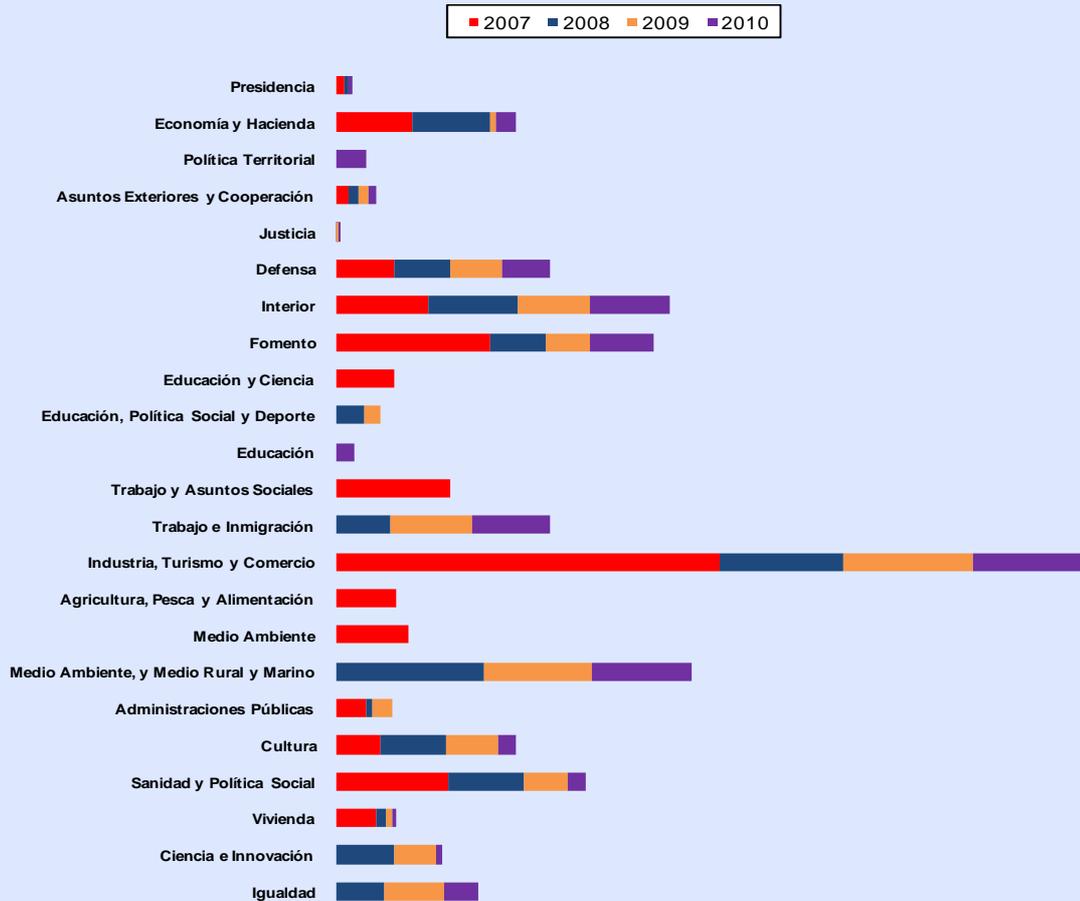
Prensa, Internet, Radio y Televisión siguen siendo las herramientas de comunicación más utilizadas

Evolución número de campañas Planes 2007-2008-2009-2010



Ministerio	Número de campañas		Variación 2009/2010	
	2009	2010	Variación por ministerio	% variación por ministerio
Presidencia	6	4	-2	-33,33%
Economía y Hacienda	2	5	+3	+150,00%
Política Territorial		1		
Asuntos Exteriores y Cooperación	7	6	-1	-14,29%
Justicia	4	2	-2	-50,00%
Defensa	1	1	0	0,00%
Interior	14	4	-10	-71,43%
Fomento	17	13	-4	-23,53%
Educación, Política Social y Deporte	3			
Educación		6		
Trabajo e Inmigración	9	6	-3	-33,33%
Industria, Turismo y Comercio	12	10	-2	-16,67%
Medio Ambiente, y Medio Rural y Marino	27	30	+3	+11,11%
Administraciones Públicas	3			
Cultura	9	10	+1	+11,11%
Sanidad y Política Social	7	8	+1	+14,29%
Vivienda	3	1	-2	-66,67%
Ciencia e Innovación	6	4	-2	-33,33%
Igualdad	4	3	-1	-25,00%
TOTAL	134	114	-20	-14,93%

Evolución presupuesto Planes 2007-2008-2009-2010



Ministerio	Presupuesto		Variación 2009/2010	
	2009	2010	Variación por ministerio	% variación por ministerio
Presidencia	251.037	457.600	+206.563	+82,28%
Economía y Hacienda	1.100.000	4.333.629	+3.233.629	+293,97%
Política Territorial		6.000.000		
Asuntos Exteriores y Cooperación	2.050.000	1.695.744	-354.256	-17,28%
Justicia	65.000	107.149	+42.149	+64,84%
Defensa	10.624.367	9.488.814	-1.135.553	-10,69%
Interior	14.664.665	16.442.520	+1.777.855	+12,12%
Fomento	9.234.950	13.132.150	+3.897.200	+42,20%
Educación, Política Social y Deporte	3.280.000			
Educación		3.701.900		
Trabajo e Inmigración	16.650.000	15.858.000	-792.000	-4,76%
Industria, Turismo y Comercio	26.283.200	23.070.068	-3.213.132	-12,23%
Medio Ambiente, y Medio Rural y Marino	22.229.205	20.518.547	-1.710.658	-7,70%
Administraciones Públicas	4.175.000			
Cultura	10.450.820	3.755.800	-6.695.020	-64,06%
Sanidad y Política Social	9.223.000	3.328.000	-5.895.000	-63,92%
Vivienda	1.150.000	800.000	-350.000	-30,43%
Ciencia e Innovación	8.500.000	1.290.000	-7.210.000	-84,82%
Igualdad	12.000.000	6.980.000	-5.020.000	-41,83%
TOTAL	151.931.244	130.959.921	-20.971.323	-13,80%

VIII. Conclusiones

La Administración General del Estado llevará a cabo 114 campañas de publicidad o comunicación institucional durante el año 2010, con un presupuesto de 130'9 millones de euros. Este coste representa un 13'8% menos que lo previsto en el Plan de Publicidad y Comunicación Institucional para el año 2009 y un 51'1% menos que el presupuesto total que se preveía destinado a esta materia en el año 2007, año de elaboración del primer Plan de Publicidad y Comunicación Institucional.

La inversión publicitaria total prevista (campañas institucionales más comerciales) de la Administración General del Estado se ha reducido un 7'5% en el año 2010 con respecto al año 2009. La reducción del conjunto de inversión publicitaria de la A.G.E. es del 24'8% en el presente año 2010 con respecto a las cantidades totales recogidas en el Plan 2007.

Las principales prioridades de la Administración General del Estado en materia de publicidad y comunicación institucional durante el año 2010 serán "la promoción de hábitos saludables y seguros para la ciudadanía y el cuidado de su entorno" con un 40'8% de las previsiones presupuestarias y "la promoción en materia de derechos de los ciudadanos" con un 22'7% del coste previsto.

El objetivo más buscado durante el año 2010 será el de "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". En cuanto a presupuesto, 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".

Las campañas de publicidad y comunicación institucional que prevén mayor coste durante el año 2010 serán, como en años anteriores, la de seguridad vial de la Dirección General de Tráfico y la de apoyo al reclutamiento del Ministerio de Defensa.

En cuanto a la distribución de las herramientas de comunicación, el medio de prensa escrita será el más utilizado durante el año 2010 en las campañas de publicidad y comunicación institucional, seguido de Internet, radio y televisión.

La A.G.E. llevará a cabo 114 campañas de publicidad y comunicación institucional en el año 2010 por importe de 130'9 millones de euros

Desde el año 2007 la inversión publicitaria en campañas institucionales se ha reducido el 51'1%, el 24'8% tomando en consideración las campañas institucionales y las comerciales

El objetivo más buscado de las campañas institucionales, en cuanto a presupuesto, será el de "anunciar medidas preventivas de riesgos...". En consonancia "la promoción de hábitos saludables y seguros para la ciudadanía..." será la prioridad más buscada

La prensa escrita se mantiene como la herramienta de comunicación más utilizada

IX. Campañas comerciales no sujetas a la Ley

Son seis los ministerios que contratarán campañas de carácter comercial: Presidencia, Economía y Hacienda, Fomento, Industria, Turismo y Comercio, Medio Ambiente, y Medio Rural y Marino y Cultura. Se llevarán a cabo 45 campañas durante el año 2010, con una inversión total de 145.994.436 euros.

Quedan fuera de la Ley 29/2005 las campañas de carácter comercial

MINISTERIO	ORGANISMO	TITULO CAMPAÑA	COSTE
Presidencia	Boletín Oficial del Estado	Servicios y Productos Editoriales de la Agencia Estatal Boletín Oficial del Estado	293.872
Presidencia	Centro de Estudios Políticos y Constitucionales	Inserción de Publicidad de las Publicaciones Editadas por el CEPC	7.000
Economía y Hacienda	CESCE	Campaña de Producto	460.000
Economía y Hacienda	CETARSA	Publicidad CETARSA	7.746
Economía y Hacienda	ENSA Equipos Nucleares, S.A.	Publicidad ENSA	37.700
Economía y Hacienda	ENUSA Industrias Avanzadas, S.A.	Publicidad ENUSA	45.000
Economía y Hacienda	Fábrica Nacional de Moneda y Timbre-Real Casa de la Moneda	Publicidad para la Comercialización de Monedas	1.736.000
Economía y Hacienda	Fábrica Nacional de Moneda y Timbre-Real Casa de la Moneda	Promoción Etiquetas de Seguridad FNMT-RCM para Productos con Denominación de Origen	9.000
Economía y Hacienda	Fábrica Nacional de Moneda y Timbre-Real Casa de la Moneda	Promoción Europea de Productos del Juego FNMT-RCM	3.500
Economía y Hacienda	Fábrica Nacional de Moneda y Timbre-Real Casa de la Moneda	Promoción Nacional y Latinoamericana de Productos del Juego FNMT-RCM	1.200
Economía y Hacienda	Fábrica Nacional de Moneda y Timbre-Real Casa de la Moneda	Promoción Tarjetas Bancarias FNMT-RCM entre Cajas de Ahorro	15.708
Economía y Hacienda	Fundación SEPI	Fundación SEPI	38.753
Economía y Hacienda	Hipódromo de La Zarzuela	Hipódromo de la Zarzuela	373.274
Economía y Hacienda	Instituto de Crédito Oficial (ICO)	Anuncios en Medios	150.000
Economía y Hacienda	Instituto de Crédito Oficial (ICO)	Facilitador Financiero	1.500.000
Economía y Hacienda	Instituto de Crédito Oficial (ICO)	Líneas ICO 2010	1.075.000
Economía y Hacienda	Loterías y Apuestas del Estado	Publicidad de Juegos Activos (Bonoloto, el Gordo de la Primitiva, Euromillones y La Primitiva), Apuestas Deportivas (Quiniela, Quinigol y Apuesta Hípica) y Publicidad de Imagen de Marca	27.376.000
Economía y Hacienda	Loterías y Apuestas del Estado	Publicidad de Juegos Pasivos (Lotería Nacional, Sorteo Navidad, Sorteo El Niño) y Publicidad de Imagen de Marca	27.468.800
Economía y Hacienda	Minas de Almadén y Arrayanes, S.A. (MAYASA)	Parque Minero de Almadén	10.150
Economía y Hacienda	NAVANTIA	NAVANTIA	225.000

Campañas comerciales no sujetas a la Ley

MINISTERIO	ORGANISMO	TITULO CAMPAÑA	COSTE
Economía y Hacienda	RTVE	Promoción Programas	1.250.000
Economía y Hacienda	Tesoro Público	Deuda Pública del Estado	12.310.000
Fomento	Aeropuertos Españoles y Navegación Aérea (AENA)	FITUR 2010	166.000
Fomento	Ferrocarriles de Vía Estrecha (FEVE)	Corporativa FEVE	371.200
Fomento	Ferrocarriles de Vía Estrecha (FEVE)	FEVERail	112.520
Fomento	Ferrocarriles de Vía Estrecha (FEVE)	Productos Turísticos de Alto Nivel	205.520
Fomento	Ferrocarriles de Vía Estrecha (FEVE)	Productos Turísticos Ocasionales	42.340
Fomento	Renfe-Operadora	Cambio Horario	900.000
Fomento	Renfe-Operadora	Campaña Apertura Cercanías Madrid Aeropuerto	1.300.000
Fomento	Renfe-Operadora	Campaña AVE Madrid-Valencia	6.000.000
Fomento	Renfe-Operadora	Campaña Medio Ambiente	500.000
Fomento	Renfe-Operadora	Campaña Mercancías y Logística	670.000
Fomento	Renfe-Operadora	Campaña Nueva Web	1.080.000
Fomento	Renfe-Operadora	Campaña Reputación y Responsabilidad Corporativa	500.000
Fomento	Renfe-Operadora	Huelgas y Ofertas de Empleo	400.000
Fomento	Renfe-Operadora	Impulsa	1.000.000
Fomento	Renfe-Operadora	Iniciativas Comerciales AV Larga Distancia	2.900.000
Fomento	Renfe-Operadora	Iniciativas Comerciales Cercanías y Media Distancia	770.000
Fomento	Sociedad Estatal Correos y Telégrafos, S.A.	El Mailing Físico como Medio Publicitario	276.000
Industria, Turismo y Comercio	Instituto de Turismo de España (TURESPAÑA)	Plan de Promoción Internacional de España como Destino Turístico	46.000.000
Industria, Turismo y Comercio	Paradores de Turismo, S.A.	Paradores como Siempre, Hoteles como Nunca	3.200.000
Industria, Turismo y Comercio	Red.es	Campaña de Difusión del Dominio .es	1.500.000
Medio Ambiente, y Medio Rural y Marino	Entidad Estatal de Seguros Agrarios (ENESA)	ENESA Informa	197.580
Medio Ambiente, y Medio Rural y Marino	Entidad Estatal de Seguros Agrarios (ENESA)	Seguros Agrarios	509.658
Cultura	Instituto Nacional de las Artes Escénicas y de la Música (INAEM)	Campaña de Promoción de las Artes Escénicas y de la Programación de los Centros Artísticos del INAEM	2.999.915
TOTAL			145.994.436

Anexos

ANEXOS

Los compromisos de gastos asumidos por los departamentos ministeriales, sus organismos y entidades adscritas, para la realización de las actividades incluidas en el Plan, estarán, en todo caso, condicionados por las disponibilidades establecidas en la Ley de Presupuestos Generales del Estado.

Anexo 1. Campañas institucionales por ministerio y organismo

MINISTERIO	ORGANISMO	Nº CAMPAÑAS	COSTE
Presidencia	CENTRO DE INVESTIGACIONES SOCIOLÓGICAS (CIS)	1	2.600
Presidencia	PATRIMONIO NACIONAL	3	455.000
Total PRESIDENCIA		4	457.600
Economía y Hacienda	DIRECCIÓN GENERAL DE FONDOS COMUNITARIOS	1	139.200
Economía y Hacienda	AGENCIA TRIBUTARIA	2	3.800.000
Economía y Hacienda	INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA (INE)	2	394.429
Total ECONOMÍA Y HACIENDA		5	4.333.629
Política Territorial	POLÍTICA TERRITORIAL	1	6.000.000
Total POLÍTICA TERRITORIAL		1	6.000.000
Asuntos Exteriores y Cooperación	SECRETARÍA DE ESTADO DE LA UNIÓN EUROPEA	1	20.744
Asuntos Exteriores y Cooperación	DIRECCIÓN GENERAL DE COMUNICACIÓN EXTERIOR	1	260.000
Asuntos Exteriores y Cooperación	AGENCIA ESPAÑOLA DE COOPERACIÓN INTERNACIONAL PARA EL DESARROLLO (AECID)	4	1.415.000
Total ASUNTOS EXTERIORES Y COOPERACIÓN		6	1.695.744
Justicia	DIRECCIÓN GENERAL DE MODERNIZACIÓN DE LA ADMINISTRACIÓN DE JUSTICIA	1	70.000
Justicia	AGENCIA ESPAÑOLA DE PROTECCIÓN DE DATOS	1	37.149
Total JUSTICIA		2	107.149
Defensa	DIRECCIÓN GENERAL DE RECLUTAMIENTO Y ENSEÑANZA MILITAR	1	9.488.814
Total DEFENSA		1	9.488.814
Interior	DGT - JEFATURA CENTRAL DE TRÁFICO	1	16.239.520
Interior	DIRECCIÓN GENERAL DE APOYO A VÍCTIMAS DEL TERRORISMO	1	113.000
Interior	DIRECCIÓN GENERAL DE POLÍTICA INTERIOR	2	90.000
Total INTERIOR		4	16.442.520
Fomento	FOMENTO	3	2.424.750
Fomento	ADMINISTRADOR DE INFRAESTRUCTURAS FERROVIARIAS (ADIF)	4	7.643.400
Fomento	AEROPUERTOS ESPAÑOLES Y NAVEGACIÓN AÉREA (AENA)	5	2.994.000
Fomento	PUERTOS DEL ESTADO	1	70.000
Total FOMENTO		13	13.132.150
Educación	SECRETARÍA DE ESTADO DE EDUCACIÓN Y FORMACIÓN PROFESIONAL	2	1.400.000

Anexo 1. Campañas institucionales por ministerio y organismo

MINISTERIO	ORGANISMO	Nº CAMPAÑAS	COSTE
Educación	SECRETARÍA DE ESTADO DE EDUCACIÓN Y FORMACIÓN PROFESIONAL Y SECRETARÍA GENERAL DE UNIVERSIDADES	1	700.000
Educación	SECRETARÍA GENERAL DE UNIVERSIDADES	1	700.000
Educación	UNIVERSIDAD INTERNACIONAL MENÉNDEZ-PELAYO	1	469.900
Educación	UNIVERSIDAD NACIONAL DE EDUCACIÓN A DISTANCIA (UNED)	1	432.000
Total EDUCACIÓN		6	3.701.900
Trabajo e Inmigración	DIRECCIÓN GENERAL DE LA INSPECCIÓN DE TRABAJO Y SEGURIDAD SOCIAL	1	133.000
Trabajo e Inmigración	INSTITUTO NACIONAL DE SEGURIDAD E HIGIENE EN EL TRABAJO	1	4.000.000
Trabajo e Inmigración	SERVICIO PÚBLICO DE EMPLEO ESTATAL	4	11.725.000
Total TRABAJO E INMIGRACIÓN		6	15.858.000
Industria, Turismo y Comercio	SUBSECRETARÍA	1	800.000
Industria, Turismo y Comercio	DIRECCIÓN GENERAL DE TELECOMUNICACIONES Y TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN	1	1.577.000
Industria, Turismo y Comercio	COMISIÓN NACIONAL DE ENERGÍA	1	425.000
Industria, Turismo y Comercio	INSTITUTO ESPAÑOL DE COMERCIO EXTERIOR (ICEX)	1	146.973
Industria, Turismo y Comercio	INSTITUTO PARA LA DIVERSIFICACIÓN Y AHORRO DE LA ENERGÍA (IDAE)	3	11.900.000
Industria, Turismo y Comercio	RED.ES	3	8.221.095
Total INDUSTRIA, TURISMO Y COMERCIO		10	23.070.068
Medio Ambiente, y Medio Rural y Marino	DIRECCIÓN GENERAL DE CALIDAD Y EVALUACIÓN AMBIENTAL	1	435.000
Medio Ambiente, y Medio Rural y Marino	DIRECCIÓN GENERAL DE INDUSTRIA Y MERCADOS ALIMENTARIOS	3	2.842.000
Medio Ambiente, y Medio Rural y Marino	DIRECCIÓN GENERAL DE MEDIO NATURAL Y POLÍTICA FORESTAL	3	3.962.650
Medio Ambiente, y Medio Rural y Marino	CONFEDERACIÓN HIDROGRÁFICA DEL DUERO	1	12.500
Medio Ambiente, y Medio Rural y Marino	CONFEDERACIÓN HIDROGRÁFICA DEL GUADIANA	3	115.000
Medio Ambiente, y Medio Rural y Marino	FONDO ESPAÑOL DE GARANTÍA AGRARIA (FEGA)	1	400.000
Medio Ambiente, y Medio Rural y Marino	FROM	7	12.381.397
Medio Ambiente, y Medio Rural y Marino	SOCIEDAD ESTATAL AGUAS DE LA CUENCA DEL NORTE, S.A.	7	90.000
Medio Ambiente, y Medio Rural y Marino	SOCIEDAD ESTATAL AGUAS DE LAS CUENCAS MEDITERRÁNEAS, S.A.	3	190.000
Medio Ambiente, y Medio Rural y Marino	SOCIEDAD ESTATAL HIDROGUADIANA, S.A.	1	90.000
Total MEDIO AMBIENTE, Y MEDIO RURAL Y MARINO		30	20.518.547

Anexo 1. Campañas institucionales por ministerio y organismo

MINISTERIO	ORGANISMO	Nº CAMPAÑAS	COSTE
Cultura	SUBSECRETARÍA	2	259.129
Cultura	DIRECCIÓN GENERAL DE BELLAS ARTES Y BIENES CULTURALES	2	870.000
Cultura	DIRECCIÓN GENERAL DE POLÍTICAS E INDUSTRIAS CULTURALES	1	947.935
Cultura	DIRECCIÓN GENERAL DEL LIBRO, ARCHIVOS Y BIBLIOTECAS	1	477.936
Cultura	BIBLIOTECA NACIONAL	1	30.000
Cultura	INSTITUTO DE LA CINEMATOGRAFÍA Y DE LAS ARTES AUDIOVISUALES (ICAA)	1	50.800
Cultura	MUSEO NACIONAL CENTRO DE ARTE REINA SOFÍA	1	400.000
Cultura	MUSEO NACIONAL DEL PRADO	1	720.000
Total CULTURA		10	3.755.800
Sanidad y Política Social	DIRECCIÓN GENERAL DE FARMACIA Y PRODUCTOS SANITARIOS	1	2.200.000
Sanidad y Política Social	DIRECCIÓN GENERAL DE SALUD PÚBLICA Y SANIDAD EXTERIOR	4	700.000
Sanidad y Política Social	AGENCIA ESPAÑOLA DE SEGURIDAD ALIMENTARIA Y NUTRICIÓN	1	200.000
Sanidad y Política Social	DELEGACIÓN DEL GOBIERNO PARA EL PLAN NACIONAL SOBRE DROGAS	1	200.000
Sanidad y Política Social	REAL PATRONATO SOBRE DISCAPACIDAD	1	28.000
Total SANIDAD Y POLÍTICA SOCIAL		8	3.328.000
Vivienda	VIVIENDA	1	800.000
Total VIVIENDA		1	800.000
Ciencia e Innovación	CIENCIA E INNOVACIÓN	1	200.000
Ciencia e Innovación	DIRECCIÓN GENERAL DE INVESTIGACIÓN Y GESTIÓN DEL PLAN NACIONAL DE I+D+i	2	90.000
Ciencia e Innovación	CENTRO PARA EL DESARROLLO TECNOLÓGICO INDUSTRIAL (CDTI)	1	1.000.000
Total CIENCIA E INNOVACIÓN		4	1.290.000
Igualdad	DELEGACIÓN DEL GOBIERNO PARA LA VIOLENCIA DE GÉNERO	1	5.030.000
Igualdad	DELEGACIÓN DEL GOBIERNO PARA LA VIOLENCIA DE GÉNERO E INSTITUTO DE LA MUJER	1	1.750.000
Igualdad	INSTITUTO DE LA JUVENTUD	1	200.000
Total IGUALDAD		3	6.980.000
SUMA TOTAL		114	130.959.921

Anexo 2. Campañas institucionales por ministerio y coste

MINISTERIO	TITULO CAMPAÑA	COSTE	% COSTE CAMPAÑA RESPECTO AL MINISTERIO	% COSTE CAMPAÑA RESPECTO AL TOTAL
Presidencia	EXPOSICIÓN "CORONA Y ARQUEOLOGÍA EN EL SIGLO DE LAS LUCES"	215.000	46,98%	0,16%
Presidencia	EXPOSICIÓN "PINTURA DE LOS REINOS. IDENTIDADES COMPARTIDAS"	215.000	46,98%	0,16%
Presidencia	INFORMACIÓN SOBRE HORARIOS DE LOS MUSEOS DEL PATRIMONIO NACIONAL	25.000	5,46%	0,02%
Presidencia	ANUNCIO CONVOCATORIA PREMIO NACIONAL DE SOCIOLOGÍA Y CIENCIA POLÍTICA	2.600	0,57%	0,00%
Total Presidencia		457.600	100%	0,35%
Economía y Hacienda	CAMPAÑA DE INFORMACIÓN Y ASISTENCIA AL CIUDADANO, DESTACÁNDOSE FUNDAMENTALMENTE DENTRO DE ESTAS ACCIONES LAS RELATIVAS A LA CAMPAÑA DEL IMPUESTO SOBRE LA RENTA DE LAS PERSONAS FÍSICAS	3.040.000	70,15%	2,32%
Economía y Hacienda	CAMPAÑA DE SENSIBILIZACIÓN SOCIAL SOBRE EL FRAUDE FISCAL	760.000	17,54%	0,58%
Economía y Hacienda	CAMPAÑA INFORMATIVA DE APOYO A LA RECOGIDA DE DATOS DEL CENSO AGRARIO 2009	344.429	7,95%	0,26%
Economía y Hacienda	CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN ANUAL DE LOS FONDOS EUROPEOS FEDER Y FONDO DE COHESIÓN	139.200	3,21%	0,11%
Economía y Hacienda	FECHA SORTEO CANDIDATOS A JURADO 2010	50.000	1,15%	0,04%
Total Economía y Hacienda		4.333.629	100%	3,31%
Política Territorial	CAMPAÑA DE DIVULGACIÓN E INFORMACIÓN DE LAS OBRAS DEL FONDO ESTATAL PARA EL EMPLEO Y LA SOSTENIBILIDAD LOCAL Y SU IMPACTO SOCIOECONÓMICO	6.000.000	100,00%	4,58%
Total Política Territorial		6.000.000	100%	4,58%
Asuntos Exteriores y Cooperación	COOPERACIÓN PARA EL DESARROLLO	1.000.000	58,97%	0,76%
Asuntos Exteriores y Cooperación	TU EMBAJADA PUEDE AYUDARTE	260.000	15,33%	0,20%
Asuntos Exteriores y Cooperación	SEMANA DE LA COOPERACIÓN	200.000	11,79%	0,15%
Asuntos Exteriores y Cooperación	CONVOCATORIAS AECID	130.000	7,67%	0,10%
Asuntos Exteriores y Cooperación	COOPERAMOS	85.000	5,01%	0,06%
Asuntos Exteriores y Cooperación	FOLLETO INFORMATIVO SOBRE LA PRESIDENCIA ESPAÑOLA DE LA UE	20.744	1,22%	0,02%
Total Asuntos Exteriores y Cooperación		1.695.744	100%	1,29%

Anexo 2. Campañas institucionales por ministerio y coste

MINISTERIO	TITULO CAMPAÑA	COSTE	% COSTE CAMPAÑA RESPECTO AL MINISTERIO	% COSTE CAMPAÑA RESPECTO AL TOTAL
Justicia	PLAN DE COMUNICACIÓN Y DIFUSIÓN DE LA NUEVA OFICINA JUDICIAL (NOJ)	70.000	65,33%	0,05%
Justicia	DÍA EUROPEO DE PROTECCIÓN DE DATOS	37.149	34,67%	0,03%
Total Justicia		107.149	100%	0,08%
Defensa	CAMPAÑA DE PROXIMIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS, RECONOCIMIENTO Y APOYO AL RECLUTAMIENTO	9.488.814	100,00%	7,25%
Total Defensa		9.488.814	100%	7,25%
Interior	CAMPAÑA DIVULGATIVA DE LA SEGURIDAD VIAL PARA 2010	16.239.520	98,77%	12,40%
Interior	48 FESTIVAL DE LA INFANCIA DE BARCELONA	113.000	0,69%	0,09%
Interior	CAMPAÑA INSTITUCIONAL ACERCA DE LAS LISTAS DEL CENSO ELECTORAL DE LAS ELECCIONES AL PARLAMENTO DE CATALUÑA 2010	45.000	0,27%	0,03%
Interior	CAMPAÑA INSTITUCIONAL ACERCA DEL EJERCICIO DEL DERECHO DE SUFRAGIO POR CORREO EN LAS ELECCIONES AL PARLAMENTO DE CATALUÑA 2010	45.000	0,27%	0,03%
Total Interior		16.442.520	100%	12,56%
Fomento	CAMPAÑA LAV MADRID-CUENCA-ALBACETE-VALENCIA	5.393.400	41,07%	4,12%
Fomento	ACCIONES VARIAS: PUESTA EN TENSIÓN DE CATENARIAS, OFERTAS DE EMPLEO PÚBLICO, CORTES DE CARRETERA, ETC.	1.160.000	8,83%	0,89%
Fomento	PUESTA EN SERVICIO NUEVA TERMINAL AEROPUERTO DE MÁLAGA	1.100.000	8,38%	0,84%
Fomento	PUESTA EN SERVICIO NUEVA TERMINAL AEROPUERTO DE ALICANTE	1.100.000	8,38%	0,84%
Fomento	CAMPAÑA DE FOMENTO DEL TRANSPORTE PÚBLICO Y DE LOS MODOS DE TRANSPORTE SOSTENIBLE	820.000	6,24%	0,63%
Fomento	CAMPAÑA DE INFORMACIÓN SOBRE LA SEGURIDAD DE LAS INFRAESTRUCTURAS Y EL TRANSPORTE	817.000	6,22%	0,62%
Fomento	CAMPAÑA DE INFORMACIÓN DE OBRAS E INFRAESTRUCTURAS	787.750	6,00%	0,60%
Fomento	CAMPAÑA IMPULSA	725.000	5,52%	0,55%
Fomento	PUESTA EN MARCHA DEL TERCER CARRIL ENTRE BARCELONA Y LA FRONTERA FRANCESA	365.000	2,78%	0,28%
Fomento	CAMPAÑA DE INFORMACIÓN MEDIOAMBIENTAL	294.000	2,24%	0,22%
Fomento	CANALES INFORMATIVOS DE AENA	250.000	1,90%	0,19%
Fomento	INFORMACIÓN OPERATIVA	250.000	1,90%	0,19%

Anexo 2. Campañas institucionales por ministerio y coste

MINISTERIO	TITULO CAMPAÑA	COSTE	% COSTE CAMPAÑA RESPECTO AL MINISTERIO	% COSTE CAMPAÑA RESPECTO AL TOTAL
Fomento	INSERCIÓNES PUNTALES EN MEDIOS	70.000	0,53%	0,05%
Total Fomento		13.132.150	100%	10,03%
Educación	CAMPAÑA DE DIFUSIÓN PARA EL APRENDIZAJE DE LENGUAS EXTRANJERAS	700.000	18,91%	0,53%
Educación	CAMPAÑA DE INFORMACIÓN SOBRE LA NUEVA PRUEBA DE ACCESO A LA UNIVERSIDAD	700.000	18,91%	0,53%
Educación	CAMPAÑA DE DIFUSIÓN DE LA FORMACIÓN PROFESIONAL	700.000	18,91%	0,53%
Educación	CAMPAÑA DE DIFUSIÓN DE BECAS Y AYUDAS AL ESTUDIO	700.000	18,91%	0,53%
Educación	CAMPAÑA DE PUBLICIDAD DE LA UIMP	469.900	12,69%	0,36%
Educación	CAMPAÑA DE PUBLICIDAD DE LA UNED	432.000	11,67%	0,33%
Total Educación		3.701.900	100%	2,83%
Trabajo e Inmigración	ASESORAMIENTO PÚBLICO AL EMPRESARIO EN EMPRESAS DE MENOS DE 10 TRABAJADORES	4.000.000	25,22%	3,05%
Trabajo e Inmigración	ACREDITACIÓN DE LA EXPERIENCIA PROFESIONAL	4.000.000	25,22%	3,05%
Trabajo e Inmigración	LANZAMIENTO DE REDTRABAJ@	3.625.000	22,86%	2,77%
Trabajo e Inmigración	INNOVACIÓN EN MATERIA DE EMPLEO	2.100.000	13,24%	1,60%
Trabajo e Inmigración	CONSOLIDACIÓN DE REDTRABAJ@	2.000.000	12,61%	1,53%
Trabajo e Inmigración	TU FUTURO SEGURO	133.000	0,84%	0,10%
Total Trabajo e Inmigración		15.858.000	100%	12,11%
Industria, Turismo y Comercio	AHORRA ENERGÍA-SELECCIÓN NACIONAL DE FÚTBOL	8.400.000	36,41%	6,41%
Industria, Turismo y Comercio	PLAN AVANZA	4.000.000	17,34%	3,05%
Industria, Turismo y Comercio	DIFUSIÓN DEL DNI ELECTRÓNICO	3.221.095	13,96%	2,46%
Industria, Turismo y Comercio	CAMPAÑAS ESPECÍFICAS DE SENSIBILIZACIÓN: AHORRO DE ENERGÍA	2.000.000	8,67%	1,53%
Industria, Turismo y Comercio	CAMPAÑAS DE DIFUSIÓN DE LA TDT	1.577.000	6,84%	1,20%
Industria, Turismo y Comercio	USO DOMÉSTICO DE LAS ENERGÍAS RENOVABLES: BIOMASA Y ENERGÍA SOLAR TÉRMICA	1.500.000	6,50%	1,15%
Industria, Turismo y Comercio	CAMPAÑA DE DIFUSIÓN DE LA LEY 11	1.000.000	4,33%	0,76%
Industria, Turismo y Comercio	CAMPAÑAS DE DIFUSIÓN DE INICIATIVAS DEL MITYC PARA EL APOYO A SECTORES ESTRATÉGICOS INDUSTRIALES, ENERGÉTICOS Y DE TURISMO	800.000	3,47%	0,61%

Anexo 2. Campañas institucionales por ministerio y coste

MINISTERIO	TITULO CAMPAÑA	COSTE	% COSTE CAMPAÑA RESPECTO AL MINISTERIO	% COSTE CAMPAÑA RESPECTO AL TOTAL
Industria, Turismo y Comercio	DIFUSIÓN DE LA PLATAFORMA INFORMATIVA DE LA COMISIÓN NACIONAL DE ENERGÍA	425.000	1,84%	0,32%
Industria, Turismo y Comercio	JORNADAS APRENDIENDO A EXPORTAR	146.973	0,64%	0,11%
Total Industria, Turismo y Comercio		23.070.068	100%	17,62%
Medio Ambiente, y Medio Rural y Marino	DIFUSION DE LAS CAMPAÑAS DE PUBLICIDAD FROM EN EL MEDIO TELEVISIÓN	6.020.880	29,34%	4,60%
Medio Ambiente, y Medio Rural y Marino	CAMPAÑA DE ETIQUETADO DE PRODUCTOS PESQUEROS	1.800.000	8,77%	1,37%
Medio Ambiente, y Medio Rural y Marino	PREVENCIÓN DE INCENDIOS FORESTALES	1.600.000	7,80%	1,22%
Medio Ambiente, y Medio Rural y Marino	CONSERVACIÓN DE LA BIODIVERSIDAD	1.500.000	7,31%	1,15%
Medio Ambiente, y Medio Rural y Marino	INCENTIVACIÓN AL CONSUMO DE PRODUCTOS PESQUEROS ENTRE LA POBLACIÓN INFANTIL 2010-2011	1.400.000	6,82%	1,07%
Medio Ambiente, y Medio Rural y Marino	CONTRATACIÓN DE DIVERSOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN PARA LA DIFUSIÓN DE LAS CAMPAÑAS DE PUBLICIDAD DEL FROM DURANTE LOS AÑOS 2010-2011	1.300.000	6,34%	0,99%
Medio Ambiente, y Medio Rural y Marino	CAMPAÑA DE INFORMACIÓN SOBRE MODELO EUROPEO DE PRODUCCIÓN	1.160.000	5,65%	0,89%
Medio Ambiente, y Medio Rural y Marino	INCENTIVACIÓN AL CONSUMO DE PESCADO ENTRE LA POBLACIÓN INFANTIL 2009-2010	940.517	4,58%	0,72%
Medio Ambiente, y Medio Rural y Marino	CAMPAÑA DE PERMANENCIA EN MEDIOS 2010	870.000	4,24%	0,66%
Medio Ambiente, y Medio Rural y Marino	ACCIONES DIRECTAS DE SENSIBILIZACIÓN DE LA POBLACIÓN RURAL Y DE LA ESCOLAR PARA PREVENCIÓN DE INCENDIOS FORESTALES	862.650	4,20%	0,66%
Medio Ambiente, y Medio Rural y Marino	CAMPAÑA SOBRE CONSUMO DE FRUTAS, VERDURAS Y HORTALIZAS	812.000	3,96%	0,62%
Medio Ambiente, y Medio Rural y Marino	CAMPAÑA DE DIVULGACION SOBRE LA COMERCIALIZACIÓN DEL ATUN ROJO CAPTURADO POR LA FLOTA ESPAÑOLA	500.000	2,44%	0,38%
Medio Ambiente, y Medio Rural y Marino	CAMPAÑA INSTITUCIONAL PARA LA REDUCCIÓN DE BOLSAS COMERCIALES DE UN SOLO USO	435.000	2,12%	0,33%
Medio Ambiente, y Medio Rural y Marino	CONTRATACIÓN DE DIVERSOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN PARA LA DIFUSIÓN DE LAS CAMPAÑAS DE PUBLICIDAD DEL FROM DURANTE 2009-2010	420.000	2,05%	0,32%
Medio Ambiente, y Medio Rural y Marino	AYUDAS DE LA POLÍTICA AGRÍCOLA COMÚN	400.000	1,95%	0,31%
Medio Ambiente, y Medio Rural y Marino	CAMPAÑA DE INFORMACIÓN Y PARTICIPACIÓN CIUDADANA SOBRE LAS ACTUACIONES DE ACUAMED EN ANDALUCÍA	100.000	0,49%	0,08%
Medio Ambiente, y Medio Rural y Marino	CASTILLA LA MANCHA Y EL AGUA	90.000	0,44%	0,07%
Medio Ambiente, y Medio Rural y Marino	CAMPAÑA DE CONCIENCIACIÓN DE LOS EFECTOS DE LA SEQUIA EN EL ÁMBITO TERRITORIAL ESPAÑOL DE LA DEMARCACIÓN HIDROGRÁFICA DEL GUADIANA	60.000	0,29%	0,05%
Medio Ambiente, y Medio Rural y Marino	CAMPAÑA DE INFORMACIÓN Y PROMOCIÓN DE LAS DESALADORAS EN LA COMUNIDAD VALENCIANA Y REGIÓN DE MURCIA	60.000	0,29%	0,05%

Anexo 2. Campañas institucionales por ministerio y coste

MINISTERIO	TITULO CAMPAÑA	COSTE	% COSTE CAMPAÑA RESPECTO AL MINISTERIO	% COSTE CAMPAÑA RESPECTO AL TOTAL
Medio Ambiente, y Medio Rural y Marino	DIFUSIÓN DE LAS ACTUACIONES DE ORDENACIÓN HIDROLÓGICO-AMBIENTAL DEL RÍO GUADIANA EN BADAJOZ	40.000	0,19%	0,03%
Medio Ambiente, y Medio Rural y Marino	CAMPAÑA DE PUBLICIDAD SOBRE LAS ACTUACIONES DE ACUAMED EN LA COSTA MEDITERRÁNEA	30.000	0,15%	0,02%
Medio Ambiente, y Medio Rural y Marino	NUESTRA AGUA DE SIEMPRE PARA SIEMPRE	30.000	0,15%	0,02%
Medio Ambiente, y Medio Rural y Marino	EL GUADIANA Y EL MUNDO RURAL	15.000	0,07%	0,01%
Medio Ambiente, y Medio Rural y Marino	USO RESPONSABLE DEL AGUA	12.500	0,06%	0,01%
Medio Ambiente, y Medio Rural y Marino	NUEVO ABASTECIMIENTO DE AGUA A PONTEVEDRA Y SU RÍA	10.000	0,05%	0,01%
Medio Ambiente, y Medio Rural y Marino	ABASTECIMIENTO DE AGUA AL BIERZO	10.000	0,05%	0,01%
Medio Ambiente, y Medio Rural y Marino	ABASTECIMIENTO DE AGUA A OURENSE	10.000	0,05%	0,01%
Medio Ambiente, y Medio Rural y Marino	ABASTECIMIENTO DE AGUA A LUGO (2ª FASE)	10.000	0,05%	0,01%
Medio Ambiente, y Medio Rural y Marino	SANEAMIENTO DE VIGO	10.000	0,05%	0,01%
Medio Ambiente, y Medio Rural y Marino	AMPLIACIÓN Y MEJORA DEL SISTEMA DE TRATAMIENTO DE AGUA POTABLE DE MONFORTE DE LEMOS	10.000	0,05%	0,01%
Total Medio Ambiente, y Medio Rural y Marino		20.518.547	100%	15,67%
Cultura	CAMPAÑA DE SENSIBILIZACIÓN Y FOMENTO DEL CONSUMO DE LOS CONTENIDOS CULTURALES EN INTERNET	947.935	25,24%	0,72%
Cultura	DIFUSIÓN DE LAS EXPOSICIONES DEL MUSEO NACIONAL DEL PRADO	720.000	19,17%	0,55%
Cultura	CAMPAÑA DE FOMENTO DE LA LECTURA	477.936	12,73%	0,36%
Cultura	DIFUSIÓN DE LAS EXPOSICIONES Y OTRAS ACTIVIDADES ORGANIZADAS DESDE LA SUBDIRECCIÓN GENERAL DE PROMOCIÓN DE LAS BELLAS ARTES	470.000	12,51%	0,36%
Cultura	FOMENTO DEL CONOCIMIENTO DE LOS MUSEOS ESTATALES Y DIFUSIÓN DE LA PROGRAMACIÓN DE SUS ACTIVIDADES	400.000	10,65%	0,31%
Cultura	DIFUSIÓN DE LA PROGRAMACIÓN DEL MUSEO NACIONAL CENTRO DE ARTE REINA SOFÍA	400.000	10,65%	0,31%
Cultura	REGALA CULTURA	199.129	5,30%	0,15%
Cultura	INSERCIONES PUNTALES DE ANUNCIOS SOBRE ACTUACIONES DEL MINISTERIO DE CULTURA	60.000	1,60%	0,05%
Cultura	CINE ESPAÑOL: ¡NUESTRO CINE!	50.800	1,35%	0,04%
Cultura	DIFUSIÓN DE LA PROGRAMACIÓN DE LA BIBLIOTECA NACIONAL	30.000	0,80%	0,02%
Total Cultura		3.755.800	100%	2,87%

Anexo 2. Campañas institucionales por ministerio y coste

MINISTERIO	TITULO CAMPAÑA	COSTE	% COSTE CAMPAÑA RESPECTO AL MINISTERIO	% COSTE CAMPAÑA RESPECTO AL TOTAL
Sanidad y Política Social	CAMPAÑA DE UTILIZACIÓN DE MEDICAMENTOS GENÉRICOS	2.200.000	66,11%	1,68%
Sanidad y Política Social	ACTUACIONES DE PREVENCIÓN DEL VIH/SIDA. CAMPAÑA DE PREVENCIÓN DEL VIH EN HOMBRES QUE TIENEN SEXO CON HOMBRES	320.000	9,62%	0,24%
Sanidad y Política Social	CAMPAÑA DE PROMOCIÓN DE UNA ALIMENTACIÓN SANA Y DEL EJERCICIO FÍSICO	200.000	6,01%	0,15%
Sanidad y Política Social	CAMPAÑA PREVENCIÓN CONSUMO DE ALCOHOL EN MENORES	200.000	6,01%	0,15%
Sanidad y Política Social	CAMPAÑA PARA LA PREVENCIÓN DE LOS EMBARAZOS NO DESEADOS Y OTRAS INFECCIONES DE TRANSMISIÓN SEXUAL	200.000	6,01%	0,15%
Sanidad y Política Social	ACTUACIONES DE PREVENCIÓN DEL VIH/SIDA. CAMPAÑA DE PREVENCIÓN DEL VIH/SIDA EN PERSONAS INMIGRANTES	100.000	3,00%	0,08%
Sanidad y Política Social	ACTUACIONES DE PREVENCIÓN DEL VIH/SIDA. CAMPAÑA DEL DÍA MUNDIAL DEL SIDA	80.000	2,40%	0,06%
Sanidad y Política Social	ACCIONES RELATIVAS A LOS PREMIOS REINA SOFÍA	28.000	0,84%	0,02%
Total Sanidad y Política Social		3.328.000	100%	2,54%
Vivienda	INFORMACIÓN SOBRE MEDIDAS PUESTAS EN MARCHA POR EL MINISTERIO DE VIVIENDA A LO LARGO DEL AÑO	800.000	100,00%	0,61%
Total Vivienda		800.000	100%	0,61%
Ciencia e Innovación	INFORMACIÓN Y DIFUSIÓN SOBRE INSTRUMENTOS Y ACTUACIONES DEL CDTI DE AYUDA A LA I+D+I (AYUDAS CDTI, CENIT, NEOTEC, ETC.)	1.000.000	77,52%	0,76%
Ciencia e Innovación	ACTUACIONES DEL MINISTERIO DE CIENCIA E INNOVACIÓN	200.000	15,50%	0,15%
Ciencia e Innovación	ANUNCIO CONVOCATORIA TORRES QUEVEDO	60.000	4,65%	0,05%
Ciencia e Innovación	CONVOCATORIA DE PREMIOS NACIONALES DE INVESTIGACIÓN	30.000	2,33%	0,02%
Total Ciencia e Innovación		1.290.000	100%	0,99%
Igualdad	TARJETA ROJA	5.030.000	72,06%	3,84%
Igualdad	LUCHA CONTRA LA TRATA DE SERES HUMANOS	1.750.000	25,07%	1,34%
Igualdad	WEB SOBRE INFORMACIÓN Y ASESORAMIENTO EN MATERIA DE SEXUALIDAD PARA JÓVENES	200.000	2,87%	0,15%
Total Igualdad		6.980.000	100%	5,33%
SUMA TOTAL		130.959.921		

Anexo 3: Relación de campañas institucionales 2010

MINISTERIO DE LA PRESIDENCIA

CENTRO DE INVESTIGACIONES SOCIOLÓGICAS (CIS)

ANUNCIO CONVOCATORIA PREMIO NACIONAL DE SOCIOLOGÍA Y CIENCIA POLÍTICA

Objetivo: ANUNCIAR LA CONVOCATORIA DEL PREMIO NACIONAL DE SOCIOLOGÍA Y CIENCIA POLÍTICA.

Coste total: 2.600 **Periodo de ejecución:** De 1 febrero a 1 abril 2010

Soporte: PRENSA

Difusión: NACIONAL **Idioma:** Castellano

Población a la que se dirige: Estudiantes

PATRIMONIO NACIONAL

EXPOSICIÓN "CORONA Y ARQUEOLOGÍA EN EL SIGLO DE LAS LUCES"

Objetivo: INFORMAR AL PÚBLICO DE LAS EXPOSICIONES PROGRAMADAS POR EL PATRIMONIO NACIONAL PARA UNA MAYOR RENTABILIDAD DE LA VISITA PÚBLICA.

Coste total: 215.000 **Periodo de ejecución:** De 1 abril a 1 junio 2010

Soporte: RADIO, PRENSA, REVISTAS, INTERNET, EXTERIOR, MARKETING POSTAL

Difusión: NACIONAL **Idioma:** Castellano

Población a la que se dirige: General

Medidas accesibilidad: Subtitulación y audiodescripción

PATRIMONIO NACIONAL

EXPOSICIÓN "PINTURA DE LOS REINOS. IDENTIDADES COMPARTIDAS"

Objetivo: INFORMAR AL PÚBLICO DE LAS EXPOSICIONES PROGRAMADAS POR EL PATRIMONIO NACIONAL PARA UNA MAYOR RENTABILIDAD DE LA VISITA PÚBLICA.

Coste total: 215.000 **Periodo de ejecución:** De 1 noviembre 2010 a 31 enero 2011

Soporte: RADIO, PRENSA, REVISTAS, INTERNET, EXTERIOR, MARKETING POSTAL

Difusión: NACIONAL **Idioma:** Castellano

Población a la que se dirige: General

Medidas accesibilidad: Subtitulación y audiodescripción

MINISTERIO DE LA PRESIDENCIA

PATRIMONIO NACIONAL

INFORMACIÓN SOBRE HORARIOS DE LOS MUSEOS DEL PATRIMONIO NACIONAL

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

Coste total: 25.000

Periodo de ejecución: De 1 enero a 31 diciembre 2010

Soporte: PRENSA

Difusión: NACIONAL

Idioma: Castellano

Población a la que se dirige: General

MINISTERIO DE ECONOMÍA Y HACIENDA

DIRECCIÓN GENERAL DE FONDOS COMUNITARIOS

CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN ANUAL DE LOS FONDOS EUROPEOS FEDER Y FONDO DE COHESIÓN

Objetivo: CUMPLIMIENTO CON LAS OBLIGACIONES REGLAMENTARIAS DE LA UNIÓN EUROPEA PARA RECIBIR ESTOS FONDOS, CON OBJETO DE DAR A CONOCER LOS MISMOS Y LA POLÍTICA DE COHESIÓN A LOS BENEFICIARIOS Y AL PÚBLICO EN GENERAL.

Coste total: 139.200

Periodo de ejecución: De 1 mayo a 31 diciembre 2010

Soporte: SIN DETERMINAR

Difusión: NACIONAL

Idioma: Castellano

Población a la que se dirige: General

AGENCIA TRIBUTARIA

CAMPAÑA DE INFORMACIÓN Y ASISTENCIA AL CIUDADANO, DESTACÁNDOSE FUNDAMENTALMENTE DENTRO DE ESTAS ACCIONES LAS RELATIVAS A LA CAMPAÑA DEL IMPUESTO SOBRE LA RENTA DE LAS PERSONAS FÍSICAS

Objetivo: FACILITAR A LOS CIUDADANOS EL CUMPLIMIENTO VOLUNTARIO DE SUS OBLIGACIONES FISCALES Y EL PAGO DE SUS IMPUESTOS.

Coste total: 3.040.000

Periodo de ejecución: De 1 abril a 30 junio 2010

Soporte: TELEVISIÓN, RADIO, PRENSA, INTERNET

Difusión: NACIONAL

Idioma: Castellano, catalán y gallego

Población a la que se dirige: General

Medidas accesibilidad: Subtitulación

MINISTERIO DE ECONOMÍA Y HACIENDA
AGENCIA TRIBUTARIA

CAMPAÑA DE SENSIBILIZACIÓN SOCIAL SOBRE EL FRAUDE FISCAL

Objetivo: LUCHAR CONTRA EL FRAUDE FISCAL.

Coste total: 760.000

Periodo de ejecución: Octubre y noviembre 2010

Soporte: INTERNET

Difusión: NACIONAL

Idioma: Castellano

Población a la que se dirige: General

Medidas accesibilidad: Subtitulación

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA (INE)

CAMPAÑA INFORMATIVA DE APOYO A LA RECOGIDA DE DATOS DEL CENSO AGRARIO 2009

Objetivo: PROMOVER ENTRE LOS TITULARES AGRARIOS LA COLABORACIÓN ESTADÍSTICA EN EL CENSO AGRARIO 2009.

Coste total: 344.429

Periodo de ejecución: De 1 octubre 2009 a 15 marzo 2010

Soporte: RADIO, PRENSA, REVISTAS, INTERNET, EXTERIOR, OTRAS HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN (CARTELES)

Difusión: NACIONAL

Idioma: Castellano, catalán, euskera y gallego

Población a la que se dirige: Titulares de explotaciones agrarias

Medidas accesibilidad: Subtitulación y audiodescripción

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA (INE)

FECHA SORTEO CANDIDATOS A JURADO 2010

Objetivo: PUBLICITAR LA FECHA DEL SORTEO DE CANDIDATOS A JURADO PARA EL BIENIO 2011-2012, PARA CONOCIMIENTO GENERAL, EN CUMPLIMIENTO DEL ARTÍCULO 2 DEL REAL DECRETO 1398/1995 DE 4 DE AGOSTO, POR EL QUE SE REGULA EL SORTEO PARA LA FORMACIÓN DE LAS LISTAS DE CANDIDATOS A JURADO.

Coste total: 50.000

Periodo de ejecución: De 16 a 30 septiembre 2010

Soporte: PRENSA

Difusión: PROVINCIAL

Idioma: Castellano

Población a la que se dirige: Población de 18 y más años

MINISTERIO DE POLÍTICA TERRITORIAL

POLÍTICA TERRITORIAL

CAMPAÑA DE DIVULGACIÓN E INFORMACIÓN DE LAS OBRAS DEL FONDO ESTATAL PARA EL EMPLEO Y LA SOSTENIBILIDAD LOCAL Y SU IMPACTO SOCIOECONÓMICO

Objetivo: COMUNICAR LA PUESTA EN SERVICIO DE EQUIPAMIENTOS Y OBRAS FINANCIADOS POR EL ESTADO Y PROMOVIDOS POR LOS AYUNTAMIENTOS DE ESPAÑA CON CARGO AL FONDO ESTATAL PARA EL EMPLEO Y LA SOSTENIBILIDAD LOCAL.

Coste total: 6.000.000 **Periodo de ejecución:** De 1 marzo a 31 diciembre 2010

Soporte: TELEVISIÓN, RADIO, PRENSA, REVISTAS, INTERNET

Difusión: NACIONAL **Idioma:** Castellano

Población a la que se dirige: General

MINISTERIO DE ASUNTOS EXTERIORES Y DE COOPERACIÓN SECRETARÍA DE ESTADO DE LA UNIÓN EUROPEA

FOLLETO INFORMATIVO SOBRE LA PRESIDENCIA ESPAÑOLA DE LA UE

Objetivo: DIFUSIÓN DE LAS PRIORIDADES DE LA PRESIDENCIA ESPAÑOLA DE LA UE.

Coste total: 20.744 **Periodo de ejecución:** Enero 2010

Soporte: PRENSA

Difusión: NACIONAL **Idioma:** Castellano

Población a la que se dirige: General

DIRECCIÓN GENERAL DE COMUNICACIÓN EXTERIOR

TU EMBAJADA PUEDE AYUDARTE

Objetivo: INFORMAR SOBRE SERVICIOS QUE PUEDEN PRESTAR EMBAJADAS Y CONSULADOS EN EL EXTERIOR A LOS CIUDADANOS ESPAÑOLES QUE SE ENCUENTREN FUERA DE NUESTRAS FRONTERAS.

Coste total: 260.000 **Periodo de ejecución:** De 1 enero a 31 diciembre 2010

Soporte: PRENSA, OTRAS HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN (FOLLETOS TRÍPTICOS EN AGENCIAS DE VIAJES, EMBAJADAS, AEROPUERTOS)

Difusión: NACIONAL **Idioma:** Castellano

Población a la que se dirige: General



2010

CIÓN INSTITUCIO

PLAN ANUAL DE PUBLICIDAD Y COMUN

MINISTERIO DE ASUNTOS EXTERIORES Y DE COOPERACIÓN
AGENCIA ESPAÑOLA DE COOPERACIÓN INTERNACIONAL PARA EL
DESARROLLO (AECID)

CONVOCATORIAS AECID

Objetivo: PUBLICITAR CONVOCATORIAS DE PREMIOS Y/O BECAS, AYUDAS Y EVENTOS CULTURALES QUE INTERESEN A LA OPINIÓN PÚBLICA EN GENERAL.

Coste total: 130.000 **Periodo de ejecución:** De 1 enero a 31 diciembre 2010

Soporte: PRENSA, INTERNET

Difusión: NACIONAL **Idioma:** Castellano

Población a la que se dirige: General

AGENCIA ESPAÑOLA DE COOPERACIÓN INTERNACIONAL PARA EL
DESARROLLO (AECID)

COOPERACIÓN PARA EL DESARROLLO

Objetivo: FOMENTO DE LA COOPERACIÓN PARA EL DESARROLLO Y SENSIBILIZACIÓN DE LA OPINIÓN PÚBLICA.

Coste total: 1.000.000 **Periodo de ejecución:** De 1 enero a 31 diciembre 2010

Soporte: TELEVISIÓN, RADIO, PRENSA, INTERNET, OTRAS HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN (PUBLICIDAD NO CONVENCIONAL)

Difusión: NACIONAL **Idioma:** Castellano

Población a la que se dirige: General

Medidas accesibilidad: Subtitulación

AGENCIA ESPAÑOLA DE COOPERACIÓN INTERNACIONAL PARA EL
DESARROLLO (AECID)

COOPERAMOS

Objetivo: DAR A CONOCER EN PRENSA ESCRITA Y EN REVISTAS ESPECIALIZADAS EL PRINCIPAL OBJETIVO DE LA AECID: LA LUCHA CONTRA LA POBREZA.

Coste total: 85.000 **Periodo de ejecución:** De 1 enero a 31 diciembre 2010

Soporte: PRENSA, REVISTAS

Difusión: NACIONAL **Idioma:** Castellano

Población a la que se dirige: General

MINISTERIO DE ASUNTOS EXTERIORES Y DE COOPERACIÓN
AGENCIA ESPAÑOLA DE COOPERACIÓN INTERNACIONAL PARA EL DESARROLLO (AECID)

SEMANA DE LA COOPERACIÓN

Objetivo: CON MOTIVO DEL DÍA DEL COOPERANTE DAR A CONOCER A LA OPINIÓN PÚBLICA LA LABOR DE LA COOPERACIÓN EN EL MUNDO.

Coste total: 200.000 **Periodo de ejecución:** Septiembre 2010

Soporte: TELEVISIÓN, RADIO, PRENSA, INTERNET, EXTERIOR, OTRAS HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN (CONCIERTOS Y ACTIVIDADES DE CALLE)

Difusión: NACIONAL **Idioma:** Castellano

Población a la que se dirige: General

Medidas accesibilidad: Subtitulación

MINISTERIO DE JUSTICIA

DIRECCIÓN GENERAL DE MODERNIZACIÓN DE LA ADMINISTRACIÓN DE JUSTICIA

PLAN DE COMUNICACIÓN Y DIFUSIÓN DE LA NUEVA OFICINA JUDICIAL (NOJ)

Objetivo: DIFUNDIR EL PROCESO DE MODERNIZACIÓN DE LA ADMINISTRACIÓN DE LA JUSTICIA EN CONCRETO LA IMPLANTACIÓN DE LA NUEVA OFICINA JUDICIAL

Coste total: 70.000 **Periodo de ejecución:** De 1 enero a 31 diciembre 2010

Soporte: PRENSA, REVISTAS

Difusión: NACIONAL **Idioma:** Castellano

Población a la que se dirige: General

AGENCIA ESPAÑOLA DE PROTECCIÓN DE DATOS

DÍA EUROPEO DE PROTECCIÓN DE DATOS

Objetivo: ANUNCIAR EN INTERNET LA CELEBRACIÓN DEL DÍA DE PROTECCIÓN DE DATOS

Coste total: 37.149 **Periodo de ejecución:** 28 enero 2010

Soporte: PRENSA

Difusión: NACIONAL **Idioma:** Castellano

Población a la que se dirige: General

MINISTERIO DE DEFENSA

DIRECCIÓN GENERAL DE RECLUTAMIENTO Y ENSEÑANZA MILITAR

CAMPAÑA DE PROXIMIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS, RECONOCIMIENTO Y APOYO AL RECLUTAMIENTO

Objetivo: APOYAR EL RECLUTAMIENTO PARA LAS FUERZAS ARMADAS EN TODOS SUS CUERPOS Y ESCALAS.

Coste total: 9.488.814 **Periodo de ejecución:** De 1 enero a 31 diciembre 2010

Soporte: TELEVISIÓN, RADIO, PRENSA, REVISTAS, INTERNET, EXTERIOR, CINE, MARKETING TELEFÓNICO

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

Población a la que se dirige: General

Medidas accesibilidad: Subtitulación

MINISTERIO DEL INTERIOR

JEFATURA CENTRAL DE TRÁFICO - DGT

CAMPAÑA DIVULGATIVA DE LA SEGURIDAD VIAL PARA 2010

Objetivo: DIFUNDIR LAS CONDUCTAS DE RIESGO RELACIONADAS CON LA CONDUCCIÓN Y PROMOVER LOS COMPORTAMIENTOS Y CONDUCTAS SEGURAS ENTRE TODOS LOS USUARIOS DE LAS VÍAS PÚBLICAS.

Coste total: 16.239.520 **Periodo de ejecución:** De 1 enero a 31 diciembre 2010

Soporte: TELEVISIÓN, RADIO, PRENSA, REVISTAS, INTERNET, MARKETING POSTAL

Difusión: NACIONAL **Idioma:** Castellano

Población a la que se dirige: General, Infantil / Juvenil, Tercera Edad, Conductores profesionales, Ciclistas

Medidas accesibilidad: Subtitulación y accesibilidad página web

DIRECCIÓN GENERAL DE APOYO A VÍCTIMAS DEL TERRORISMO

48 FESTIVAL DE LA INFANCIA DE BARCELONA

Objetivo: MEJORA DE LAS RELACIONES DE LAS FUERZAS Y CUERPOS DE SEGURIDAD DEL ESTADO CON LOS CIUDADANOS (EN ESPECIAL CON EL PÚBLICO INFANTIL Y JUVENIL) Y DIFUSIÓN DE SUS FUNCIONES.

Coste total: 113.000 **Periodo de ejecución:** De 27 diciembre 2010 a 4 enero 2011

Soporte: RELACIONES PÚBLICAS

Difusión: AUTONÓMICA **Idioma:** Castellano

Población a la que se dirige: Infantil / Juvenil

MINISTERIO DEL INTERIOR

DIRECCIÓN GENERAL DE POLÍTICA INTERIOR

CAMPAÑA INSTITUCIONAL ACERCA DE LAS LISTAS DEL CENSO ELECTORAL DE LAS ELECCIONES AL PARLAMENTO DE CATALUÑA 2010

Objetivo: INFORMAR A LOS ELECTORES PARA QUE PROCEDAN A VERIFICAR SU INCLUSIÓN EN EL CENSO ELECTORAL QUE PERMITE EL EJERCICIO DEL VOTO

Coste total: 45.000 **Periodo de ejecución:** De 1 enero a 31 diciembre 2010

SopORTE: TELEVISIÓN, RADIO

Difusión: AUTONÓMICA **Idioma:** Castellano y catalán

Población a la que se dirige: General

Medidas accesibilidad: Subtitulación y lenguaje de signos

DIRECCIÓN GENERAL DE POLÍTICA INTERIOR

CAMPAÑA INSTITUCIONAL ACERCA DEL EJERCICIO DEL DERECHO DE SUFRAGIO POR CORREO EN LAS ELECCIONES AL PARLAMENTO DE CATALUÑA 2010

Objetivo: INFORMAR A LOS ELECTORES ACERCA DE LAS POSIBILIDAD DE EJERCER EL VOTO POR CORREO EN LAS ELECCIONES AUTONÓMICAS AL PARLAMENTO DE CATALUÑA DE 2010.

Coste total: 45.000 **Periodo de ejecución:** De 1 enero a 31 diciembre 2010

SopORTE: TELEVISIÓN, RADIO

Difusión: AUTONÓMICA **Idioma:** Castellano y catalán

Población a la que se dirige: Electores

Medidas accesibilidad: Subtitulación y lenguaje de signos

MINISTERIO DE FOMENTO

FOMENTO

CAMPAÑA DE FOMENTO DEL TRANSPORTE PÚBLICO Y DE LOS MODOS DE TRANSPORTE SOSTENIBLE

Objetivo: INFORMAR A LOS CIUDADANOS DE LAS FUNCIONES DESEMPEÑADAS POR EL MINISTERIO DE FOMENTO.

Coste total: 820.000 **Periodo de ejecución:** De 1 enero a 31 diciembre 2010

SopORTE: PRENSA, INTERNET, EXTERIOR

Difusión: NACIONAL **Idioma:** Castellano

Población a la que se dirige: General

MINISTERIO DE FOMENTO

FOMENTO

CAMPAÑA DE INFORMACIÓN DE OBRAS E INFRAESTRUCTURAS

Objetivo: INFORMAR A LOS CIUDADANOS SOBRE LAS FUNCIONES DESEMPEÑADAS POR EL MINISTERIO DE FOMENTO..

Coste total: 787.750 **Periodo de ejecución:** De 1 enero a 31 diciembre 2010

Soporte: RADIO, PRENSA

Difusión: NACIONAL **Idioma:** Castellano

Población a la que se dirige: General

FOMENTO

CAMPAÑA DE INFORMACIÓN SOBRE LA SEGURIDAD DE LAS INFRAESTRUCTURAS Y EL TRANSPORTE

Objetivo: INFORMAR A LOS CIUDADANOS SOBRE LAS FUNCIONES DESEMPEÑADAS POR EL MINISTERIO DE FOMENTO..

Coste total: 817.000 **Periodo de ejecución:** De 1 enero a 31 diciembre 2010

Soporte: TELEVISIÓN, RADIO, PRENSA

Difusión: NACIONAL **Idioma:** Castellano

Población a la que se dirige: General

Medidas accesibilidad: Subtitulación

ADMINISTRADOR DE INFRAESTRUCTURAS FERROVIARIAS (ADIF)

CAMPAÑA IMPULSA

Objetivo: INFORMAR A LOS CIUDADANOS DE LAS AFECTACIONES DE LAS OBRAS FERROVIARIAS PREVISTAS POR ADIF A LO LARGO DE 2010 Y DE LOS CAMBIOS HORARIOS Y MEDIOS DE TRANSPORTE QUE SE PROPONEN COMO ALTERNATIVA.

Coste total: 725.000 **Periodo de ejecución:** De 1 enero a 31 diciembre 2010

Soporte: RADIO, PRENSA, EXTERIOR

Difusión: NACIONAL **Idioma:** Castellano

Población a la que se dirige: Usuarios del ferrocarril de las zonas afectadas

MINISTERIO DE FOMENTO

ADMINISTRADOR DE INFRAESTRUCTURAS FERROVIARIAS (ADIF)

CAMPAÑA LAV MADRID-CUENCA-ALBACETE-VALENCIA

Objetivo: INFORMAR A LOS CIUDADANOS Y ESPECIALMENTE A LOS USUARIOS DE FERROCARRIL, DE LA PUESTA EN SERVICIO EN 2010 DE LA NUEVA LAV MADRID-CUENCA-ALBACETE-VALENCIA.

Coste total: 5.393.400 **Periodo de ejecución:** De 1 abril a 31 diciembre 2010

Soporte: TELEVISIÓN, RADIO, PRENSA, REVISTAS, INTERNET, EXTERIOR, CINE, OTRAS HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN (EVENTOS ESPECÍFICOS)

Difusión: NACIONAL **Idioma:** Castellano

Población a la que se dirige: General

Medidas accesibilidad: Subtitulación

ADMINISTRADOR DE INFRAESTRUCTURAS FERROVIARIAS (ADIF)

ACCIONES VARIAS: PUESTA EN TENSIÓN DE CATENARIAS, OFERTAS DE EMPLEO PÚBLICO, CORTES DE CARRETERA, ETC.

Objetivo: INFORMAR A LOS CIUDADANOS SEGÚN EL TIPO DE CAMPAÑA DE QUE SE TRATE.

Coste total: 1.160.000 **Periodo de ejecución:** De 1 enero a 31 diciembre 2010

Soporte: RADIO, PRENSA

Difusión: NACIONAL **Idioma:** Castellano

Población a la que se dirige: Público objetivo de cada campaña

ADMINISTRADOR DE INFRAESTRUCTURAS FERROVIARIAS (ADIF)

PUESTA EN MARCHA DEL TERCER CARRIL ENTRE BARCELONA Y LA FRONTERA FRANCESA

Objetivo: INFORMAR DE LA PUESTA EN MARCHA DE ESTE TERCER CARRIL.

Coste total: 365.000 **Periodo de ejecución:** De 1 septiembre a 31 diciembre 2010

Soporte: RADIO, PRENSA

Difusión: AUTONÓMICA **Idioma:** Castellano

Población a la que se dirige: General

MINISTERIO DE FOMENTO

AEROPUERTOS ESPAÑOLES Y NAVEGACIÓN AÉREA (AENA)

CAMPAÑA DE INFORMACIÓN MEDIOAMBIENTAL

Objetivo: DAR A CONOCER EL NUEVO SERVICIO DE INFORMACIÓN SOBRE EL RUIDO AEROPORTUARIO A TRAVÉS DE LA WEB DE AENA, A LAS POBLACIONES VECINAS DE LOS PRINCIPALES AEROPUERTOS DE LA RED DE AENA.

Coste total: 294.000 **Periodo de ejecución:** De 1 enero a 31 diciembre 2010

Soporte: INTERNET

Difusión: NACIONAL **Idioma:** Castellano

Población a la que se dirige: General, Poblaciones vecinas de los entornos aeroportuarios

AEROPUERTOS ESPAÑOLES Y NAVEGACIÓN AÉREA (AENA)

CANALES INFORMATIVOS DE AENA

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

Coste total: 250.000 **Periodo de ejecución:** De 1 enero a 31 diciembre 2010

Soporte: RADIO, PRENSA, INTERNET

Difusión: NACIONAL **Idioma:** Castellano

Población a la que se dirige: Pasajeros, Usuarios, Operadores, Entornos vecinales de los aeropuertos de la red

AEROPUERTOS ESPAÑOLES Y NAVEGACIÓN AÉREA (AENA)

INFORMACIÓN OPERATIVA

Objetivo: INFORMAR A LOS USUARIOS Y OPERADORES DE LA RED DE AENA SOBRE LAS NUEVAS INFRAESTRUCTURAS AEROPORTUARIAS QUE SE PONGAN EN FUNCIONAMIENTO O CUALQUIER OTRA ACTUACIÓN QUE AFECTE A SU OPERATIVIDAD PARA MEJORAR LA OPERATIVIDAD DE LOS AEROPUERTOS Y FACILITAR A LOS PASAJEROS EL TRÁNSITO POR ÉSTOS.

Coste total: 250.000 **Periodo de ejecución:** De 1 enero a 31 diciembre 2010

Soporte: RADIO, PRENSA, INTERNET

Difusión: AUTONÓMICA **Idioma:** Castellano

Población a la que se dirige: Pasajeros, Usuarios, Operadores, Entornos vecinales de los aeropuertos de la red

MINISTERIO DE FOMENTO

AEROPUERTOS ESPAÑOLES Y NAVEGACIÓN AÉREA (AENA)

PUESTA EN SERVICIO NUEVA TERMINAL AEROPUERTO DE ALICANTE

Objetivo: INFORMAR A LOS PASAJEROS, TRABAJADORES, USUARIOS Y VECINOS DEL AEROPUERTO CON EL FIN DE EVITAR SITUACIONES DE CONFUSIÓN EN LA PUESTA EN MARCHA DE LA NUEVA INFRAESTRUCTURA.

Coste total: 1.100.000 **Periodo de ejecución:** Diciembre 2010

Soporte: RADIO, PRENSA, INTERNET, EXTERIOR, MARKETING

Difusión: AUTONÓMICA **Idioma:** Castellano

Población a la que se dirige: Pasajeros, Usuarios, Operadores, Entornos vecinales del aeropuerto

AEROPUERTOS ESPAÑOLES Y NAVEGACIÓN AÉREA (AENA)

PUESTA EN SERVICIO NUEVA TERMINAL AEROPUERTO DE MÁLAGA

Objetivo: INFORMAR A LOS PASAJEROS, TRABAJADORES, USUARIOS Y VECINOS DEL AEROPUERTO CON EL FIN DE EVITAR SITUACIONES DE CONFUSIÓN EN LA PUESTA EN MARCHA DE LA NUEVA INFRAESTRUCTURA.

Coste total: 1.100.000 **Periodo de ejecución:** Marzo 2010

Soporte: RADIO, PRENSA, INTERNET, EXTERIOR, MARKETING

Difusión: AUTONÓMICA **Idioma:** Castellano

Población a la que se dirige: Pasajeros, Usuarios, Operadores, Entornos vecinales del aeropuerto

PUERTOS DEL ESTADO

INSERCIONES PUNTUALES EN MEDIOS

Objetivo: PROMOCIONAR LOS PUERTOS DE INTERÉS GENERAL.

Coste total: 70.000 **Periodo de ejecución:** De 1 enero a 31 diciembre 2010

Soporte: PRENSA

Difusión: NACIONAL **Idioma:** Castellano

Población a la que se dirige: General

MINISTERIO DE EDUCACIÓN

SECRETARÍA DE ESTADO DE EDUCACIÓN Y FORMACIÓN PROFESIONAL

CAMPAÑA DE DIFUSIÓN DE LA FORMACIÓN PROFESIONAL

Objetivo: DAR A CONOCER LAS POSIBILIDADES DE ESTUDIO DE LA FORMACIÓN PROFESIONAL, DE LAS NUEVAS TITULACIONES E INFORMAR A LOS ESTUDIANTES ACERCA DE LA NUEVA PLATAFORMA DE E-LEARNING PARA ESTUDIAR A DISTANCIA. ESTÁ DIRIGIDA A JÓVENES Y PERSONAS DE DISTINTAS EDADES SIN TÍTULO DE FORMACIÓN PROFESIONAL.

Coste total: 700.000

Periodo de ejecución: De 1 enero a 31 diciembre 2010

SopORTE: INTERNET

Difusión: NACIONAL

Idioma: Castellano

Población a la que se dirige: General, Infantil / Juvenil, Estudiantes, Empresarios

SECRETARÍA DE ESTADO DE EDUCACIÓN Y FORMACIÓN PROFESIONAL

CAMPAÑA DE DIFUSIÓN PARA EL APRENDIZAJE DE LENGUAS EXTRANJERAS

Objetivo: POTENCIAR EL CONOCIMIENTO DE LENGUAS EXTRANJERAS ENTRE LOS JÓVENES ESPAÑOLES HACIENDO HINCAPIÉ EN LAS DIFERENTES MODALIDADES DE BECAS, AYUDAS Y CURSOS QUE OFRECE EL SISTEMA EDUCATIVO ESPAÑOL PARA APRENDER UN IDIOMA. ESTÁ DIRIGIDA A ESTUDIANTES DE TODAS LAS EDADES, PROFESORES, PADRES Y MADRES Y CENTROS EDUCATIVOS.

Coste total: 700.000

Periodo de ejecución: De 1 enero a 31 diciembre 2010

SopORTE: INTERNET

Difusión: NACIONAL

Idioma: Castellano

Población a la que se dirige: General, Infantil / Juvenil, Estudiantes

SECRETARÍA DE ESTADO DE EDUCACIÓN Y FORMACIÓN PROFESIONAL Y SECRETARÍA GENERAL DE UNIVERSIDADES

CAMPAÑA DE INFORMACIÓN SOBRE LA NUEVA PRUEBA DE ACCESO A LA UNIVERSIDAD

Objetivo: DAR A CONOCER CÓMO ES LA NUEVA PRUEBA DE ACCESO A LA UNIVERSIDAD: POTENCIAR EL CONOCIMIENTO DE SUS CARACTERÍSTICAS Y DE SUS VENTAJAS: DAR INFORMACIÓN A LOS ALUMNOS SOBRE QUÉ TIPO DE EXAMEN VAN A REALIZAR. ESTARÁ DIRIGIDA A ESTUDIANTES DE BACHILLERATO Y DE EDUCACIÓN SECUNDARIA OBLIGATORIA, PADRES Y MADRES Y PROFESORES.

Coste total: 700.000

Periodo de ejecución: De 1 enero a 31 diciembre 2010

SopORTE: INTERNET

Difusión: NACIONAL

Idioma: Castellano

Población a la que se dirige: Infantil / Juvenil, Estudiantes

MINISTERIO DE EDUCACIÓN
SECRETARÍA GENERAL DE UNIVERSIDADES

CAMPAÑA DE DIFUSIÓN DE BECAS Y AYUDAS AL ESTUDIO

Objetivo: DAR A CONOCER TODAS LAS MODALIDADES DE BECAS AYUDAS AL ESTUDIO UNIVERSITARIAS Y NO UNIVERSITARIAS QUE EL GOBIERNO DE ESPAÑA PONE A DISPOSICIÓN DE LOS ESTUDIANTES, ASÍ COMO LOS PLAZOS Y FORMAS DE SOLICITUD. ESTARÁ DIRIGIDA A ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS Y NO UNIVERSITARIOS, PADRES Y MADRES, PROFESORES E INVESTIGADORES.

Coste total: 700.000 **Periodo de ejecución:** De 1 enero a 31 diciembre 2010

Soporte: INTERNET

Difusión: NACIONAL **Idioma:** Castellano

Población a la que se dirige: General, Infantil / Juvenil, Estudiantes

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL MENÉNDEZ-PELAYO

CAMPAÑA DE PUBLICIDAD DE LA UIMP

Objetivo: DAR A CONOCER A UN PÚBLICO GENERAL Y/O UNIVERSITARIO LA PROGRAMACIÓN ACADÉMICA DE LA UNIVERSIDAD INTERNACIONAL MENÉNDEZ PELAYO Y ANUNCIAR LAS CONDICIONES DE MATRÍCULA Y BECA. LAS PROGRAMACIONES QUE SE ANUNCIAN SON TANTO LAS DE SANTANDER, SEDE PRINCIPAL DE LA UIMP, COMO LAS DE SUS CENTROS DE CUENCA, VALENCIA Y SEVILLA, QUE TIENEN LUGAR EN DISTINTOS PERIODOS LECTIVOS A LO LARGO DEL AÑO 2010.

Coste total: 469.900 **Periodo de ejecución:** De 1 enero a 31 diciembre 2010

Soporte: PRENSA, REVISTAS, MARKETING POSTAL

Difusión: NACIONAL **Idioma:** Castellano

Población a la que se dirige: General, Estudiantes

UNIVERSIDAD NACIONAL DE EDUCACIÓN A DISTANCIA (UNED)

CAMPAÑA DE PUBLICIDAD DE LA UNED

Objetivo: CAPTACIÓN DE ESTUDIANTES Y POSICIONAMIENTO DE LA MARCA UNED.

Coste total: 432.000 **Periodo de ejecución:** Marzo, mayo, junio, septiembre y octubre 2010

Soporte: TELEVISIÓN, PRENSA, REVISTAS, INTERNET, OTRAS HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN (BUSCADORES DE INTERNET, REDES SOCIALES, UTILIZACIÓN DE SEO)

Difusión: NACIONAL **Idioma:** Castellano

Población a la que se dirige: Estudiantes

Medidas accesibilidad: Subtitulación

MINISTERIO DE TRABAJO E INMIGRACIÓN
DIRECCIÓN GENERAL DE LA INSPECCIÓN DE TRABAJO Y SEGURIDAD SOCIAL

TU FUTURO SEGURO

Objetivo: CAPTAR POTENCIALES CANDIDATOS PARA OPOSITAR AL CUERPO SUPERIOR DE INSPECTORES DE TRABAJO Y SEGURIDAD SOCIAL. UNIVERSITARIOS RECIÉN LICENCIADOS PROFESIONALES DEL SECTOR DE RIESGOS LABORALES, LICENCIADOS DESEMPLEADOS.

Coste total: 133.000 **Periodo de ejecución:** De 1 enero a 30 abril 2010

Soporte: PRENSA, INTERNET, RELACIONES PÚBLICAS

Difusión: NACIONAL **Idioma:** Castellano

Población a la que se dirige: Estudiantes

Medidas accesibilidad: Subtitulación

INSTITUTO NACIONAL DE SEGURIDAD E HIGIENE EN EL TRABAJO
ASESORAMIENTO PUBLICO AL EMPRESARIO EN EMPRESAS DE MENOS DE 10 TRABAJADORES

Objetivo: LOGRAR UN MEJOR Y MAS EFICAZ CUMPLIMIENTO DE LA NORMATIVA SOBRE SEGURIDAD Y SALUD LABORAL EN EMPRESAS DE MENOS DE 10 TRABAJADORES.

Coste total: 4.000.000 **Periodo de ejecución:** De 1 enero a 31 diciembre 2010

Soporte: TELEVISIÓN, RADIO, PRENSA, REVISTAS, INTERNET, EXTERIOR, RELACIONES PÚBLICAS, MARKETING TELEFÓNICO, OTRAS HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN (MERCHANDISING)

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

Población a la que se dirige: General, Trabajadores, Empresarios

Medidas accesibilidad: Subtitulación

SERVICIO PÚBLICO DE EMPLEO ESTATAL

ACREDITACIÓN DE LA EXPERIENCIA PROFESIONAL

Objetivo: DAR A CONOCER LA NUEVA NORMATIVA QUE PERMITIRÁ LA CONVALIDACIÓN DEL APRENDIZAJE MEDIANTE LA EXPERIENCIA.

Coste total: 4.000.000 **Periodo de ejecución:** De 1 enero a 31 diciembre 2010

Soporte: TELEVISIÓN, RADIO, PRENSA, INTERNET, EXTERIOR

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

Población a la que se dirige: General

Medidas accesibilidad: Subtitulación

MINISTERIO DE TRABAJO E INMIGRACIÓN SERVICIO PÚBLICO DE EMPLEO ESTATAL

CONSOLIDACIÓN DE REDTRABAJ@

Objetivo: PROFUNDIZAR Y CONSOLIDAR LA WEB REDTRABAJ@ COMO HERRAMIENTA ALTERNATIVA AL DESPLAZAMIENTO A LAS OFICINAS DE PRESTACIONES.

Coste total: 2.000.000 **Periodo de ejecución:** De 1 enero a 31 diciembre 2010

SopORTE: TELEVISIÓN, RADIO, PRENSA, INTERNET, EXTERIOR

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

Población a la que se dirige: General, Trabajadores, Empresarios

Medidas accesibilidad: Subtitulación

SERVICIO PÚBLICO DE EMPLEO ESTATAL

INNOVACIÓN EN MATERIA DE EMPLEO

Objetivo: DAR A CONOCER LAS MODIFICACIONES NORMATIVAS QUE PUEDAN PRODUCIRSE EN EL ÁMBITO DEL EMPLEO.

Coste total: 2.100.000 **Periodo de ejecución:** De 1 enero a 31 diciembre 2010

SopORTE: RADIO, PRENSA, INTERNET, EXTERIOR

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

Población a la que se dirige: General, Trabajadores, Empresarios

Medidas accesibilidad: Subtitulación

SERVICIO PÚBLICO DE EMPLEO ESTATAL

LANZAMIENTO DE REDTRABAJ@

Objetivo: DAR A CONOCER LOS NUEVOS SERVICIOS QUE SE PRESTAN EN LA WEB REDTRABAJ@, ALTERNATIVO AL PRESENCIAL, PARA QUE LOS CIUDADANOS NO NECESITEN DESPLAZARSE A LAS OFICINAS DE PRESTACIONES.

Coste total: 3.625.000 **Periodo de ejecución:** De 1 enero a 31 diciembre 2010

SopORTE: TELEVISIÓN, RADIO, PRENSA, INTERNET, EXTERIOR

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

Población a la que se dirige: General, Trabajadores, Empresarios

Medidas accesibilidad: Subtitulación

MINISTERIO DE INDUSTRIA, TURISMO Y COMERCIO

SUBSECRETARÍA

CAMPAÑAS DE DIFUSIÓN DE INICIATIVAS DEL MINISTERIO DE INDUSTRIA, TURISMO Y COMERCIO PARA EL APOYO A SECTORES ESTRATÉGICOS INDUSTRIALES, ENERGÉTICOS Y DE TURISMO

Objetivo: DIFUNDIR E INFORMAR DE LAS ACCIONES DEL MINISTERIO DE INDUSTRIA, TURISMO Y COMERCIO.

Coste total: 800.000 **Periodo de ejecución:** De 1 enero a 31 diciembre 2010

SopORTE: PRENSA, REVISTAS, OTRAS HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN (FOLLETOS)

Difusión: NACIONAL **Idioma:** Castellano

Población a la que se dirige: General

DIRECCIÓN GENERAL DE TELECOMUNICACIONES Y TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN

CAMPAÑAS DE DIFUSIÓN DE LA TDT

Objetivo: SENSIBILIZAR E INFORMAR A LA CIUDADANÍA SOBRE LOS PRÓXIMOS APAGONES ANALÓGICOS.

Coste total: 1.577.000 **Periodo de ejecución:** De 1 enero a 31 diciembre 2010

SopORTE: TELEVISIÓN, RADIO

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

Población a la que se dirige: General

COMISIÓN NACIONAL DE ENERGÍA

DIFUSIÓN DE LA PLATAFORMA INFORMATIVA DE LA COMISIÓN NACIONAL DE ENERGÍA

Objetivo: ACCIONES DE DIVULGACIÓN Y DIFUSIÓN PARA LA PLATAFORMA INFORMATIVA DEL COMPARADOR DE PRECIOS DE SUMINISTRADORES ENERGÉTICOS IMPULSADA POR LA CNE.

Coste total: 425.000 **Periodo de ejecución:** De 1 enero a 31 diciembre 2010

SopORTE: INTERNET

Difusión: NACIONAL **Idioma:** Castellano

Población a la que se dirige: General

INSTITUTO ESPAÑOL DE COMERCIO EXTERIOR (ICEX)

JORNADAS APRENDIENDO A EXPORTAR

Objetivo: DAR A CONOCER ENTRE EL TEJIDO EMPRESARIAL LAS JORNADAS "APRENDIENDO A EXPORTAR" CELEBRADAS DURANTE EL AÑO 2010 Y QUE SE REALIZAN POR PROVINCIAS.

Coste total: 146.973 **Periodo de ejecución:** De 1 enero a 31 diciembre 2010

SopORTE: RADIO, PRENSA, REVISTAS, INTERNET, MARKETING POSTAL

Difusión: PROVINCIAL **Idioma:** Castellano

Población a la que se dirige: Empresarios

MINISTERIO DE INDUSTRIA, TURISMO Y COMERCIO
INSTITUTO PARA LA DIVERSIFICACIÓN Y AHORRO DE LA ENERGÍA (IDAE)

AHORRA ENERGÍA-SELECCIÓN NACIONAL DE FÚTBOL

Objetivo: CAMPAÑA DE SENSIBILIZACIÓN GENERAL PARA LA PROMOCIÓN DEL AHORRO DE ENERGÍA EN LOS DIFERENTES ÁMBITOS, AIRE ACONDICIONADO, BOMBILLAS DE BAJO CONSUMO, CALEFACCIÓN, TRANSPORTE ETC. UTILIZANDO A LA SELECCIÓN NACIONAL DE FÚTBOL COMO PRESCRIPTOR GRACIAS A SU PODER MEDIÁTICO E IMPACTO SOCIAL Y APROVECHANDO EL MUNDIAL DE FÚTBOL 2010.

Coste total: 8.400.000 **Periodo de ejecución:** De 30 marzo a 30 diciembre 2010

Soporte: TELEVISIÓN, RADIO, PRENSA, INTERNET, EXTERIOR

Difusión: NACIONAL **Idioma:** Castellano

Población a la que se dirige: General

Medidas accesibilidad: Subtitulación

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

CAMPAÑAS ESPECÍFICAS DE SENSIBILIZACIÓN: AHORRO DE ENERGÍA

Objetivo: LOGRAR QUE EL CONSUMIDOR FINAL ASUMA PAUTAS DE CONSUMO RESPONSABLE DE LA ENERGÍA A TRAVÉS DE CUATRO CAMPAÑAS ESPECÍFICAS PARA: PLAN RENOVE DE ELECTRODOMÉSTICOS, PROMOCIÓN DEL USO DE BOMBILLAS DE BAJO CONSUMO, PROMOCIÓN COCHE ELÉCTRICO...

Coste total: 2.000.000 **Periodo de ejecución:** De 30 enero a 30 noviembre 2010

Soporte: TELEVISIÓN, RADIO, PRENSA, INTERNET, EXTERIOR

Difusión: NACIONAL **Idioma:** Castellano

Población a la que se dirige: General

Medidas accesibilidad: Subtitulación

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

USO DOMÉSTICO DE LAS ENERGÍAS RENOVABLES: BIOMASA Y ENERGÍA SOLAR TÉRMICA

Objetivo: TRASLADAR AL CONSUMIDOR CONFIANZA EN LA TECNOLOGÍA DE LA BIOMASA, VISUALIZAR SU FÁCIL ACCESIBILIDAD Y SUS VENTAJAS, PARA PROVOCAR LA DEMANDA. TRASLADAR AL CIUDADANO LAS VENTAJAS DE LA IMPLANTACIÓN DE LA ENERGÍA SOLAR TÉRMICA EN EL HOGAR.

Coste total: 1.500.000 **Periodo de ejecución:** De 1 septiembre a 31 diciembre 2010

Soporte: TELEVISIÓN, RADIO, PRENSA, INTERNET, EXTERIOR

Difusión: NACIONAL **Idioma:** Castellano

Población a la que se dirige: General

Medidas accesibilidad: Subtitulación

MINISTERIO DE INDUSTRIA, TURISMO Y COMERCIO

RED.ES

DIFUSIÓN DEL DNI ELECTRÓNICO

Objetivo: PUBLICITAR LAS VENTAJAS Y FUNCIONALIDADES DEL DNI ELECTRÓNICO.

Coste total: 3.221.095 **Periodo de ejecución:** De 1 enero a 31 diciembre 2010

Soporte: PRENSA, INTERNET

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

Población a la que se dirige: General

RED.ES

PLAN AVANZA

Objetivo: IMPULSAR LA INCORPORACIÓN DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y DE LAS COMUNICACIONES A LA SOCIEDAD Y, EN CONCRETO, A LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS, ASÍ COMO FACILITAR EL ACCESO A ESTAS TECNOLOGÍAS A LOS CIUDADANOS Y EMPRESAS (NINGUNA EMPRESA SIN WEB, FICOD, PRÉSTAMOS AVANZA, SOFTWARE LEGAL, ETC.).

Coste total: 4.000.000 **Periodo de ejecución:** De 1 enero a 31 diciembre 2010

Soporte: PRENSA, REVISTAS, INTERNET

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

Población a la que se dirige: General

RED.ES

CAMPAÑA DE DIFUSIÓN DE LA LEY 11

Objetivo: ELEVAR EL NIVEL DE CONOCIMIENTO DE LOS CIUDADANOS SOBRE LA ADMINISTRACIÓN ELECTRÓNICA Y LOS DERECHOS QUE LES ASISTEN DERIVADOS DE LA LEY 11/2007 DE JUNIO DE ACCESO ELECTRÓNICO DE LOS CIUDADANOS A LOS SERVICIOS PÚBLICOS, ASÍ COMO LAS OBLIGACIONES DE LAS ADMINISTRACIONES PÚBLICAS.

Coste total: 1.000.000 **Periodo de ejecución:** De 1 enero a 31 diciembre 2010

Soporte: SIN DETERMINAR

Difusión: NACIONAL **Idioma:** Castellano

Población a la que se dirige: General

MINISTERIO DE MEDIO AMBIENTE, Y MEDIO RURAL Y MARINO
DIRECCIÓN GENERAL DE CALIDAD Y EVALUACIÓN AMBIENTAL

CAMPAÑA INSTITUCIONAL PARA LA REDUCCIÓN DE BOLSAS COMERCIALES DE UN SOLO USO

Objetivo: DAR A CONOCER EL CUMPLIMIENTO DE LOS OBJETIVOS DEL PLAN NACIONAL INTEGRADO RESIDUOS PNIR 2008-2015. EN PARTICULAR: 1.- REDUCIR ANTES DEL 31 DE DICIEMBRE DE 2010 EL CONSUMO DE BOLSAS COMERCIALES DE UN SOLO USO. 2.- CALENDARIO DE PROHIBICIÓN Y SUSTITUCIÓN PROGRESIVA DE PLÁSTICOS NO BIODEGRABABLES EN BOLSAS DE UN SOLO USO. LA CAMPAÑA SE DESTINA A CONSUMIDORES PARTICULARES Y EMPRESAS PARA INFORMAR Y SENSIBILIZAR A ÉSTOS Y ENFATIZAR EL PAPEL QUE JUEGAN EN LA MAYOR O MENOR PRODUCCIÓN DE RESIDUOS, EN PARTICULAR RESIDUOS DE ENVASES.

Coste total: 435.000 **Periodo de ejecución:** De 1 mayo a 31 diciembre 2010

Soporte: SIN DETERMINAR

Difusión: NACIONAL **Idioma:** Castellano

Población a la que se dirige: General

DIRECCIÓN GENERAL DE INDUSTRIA Y MERCADOS ALIMENTARIOS

CAMPAÑA DE INFORMACIÓN SOBRE MODELO EUROPEO DE PRODUCCIÓN

Objetivo: INFORMAR QUE LOS ALIMENTOS QUE CUMPLEN LOS CÁNONES DEL MODELO EUROPEO DE PRODUCCIÓN SON SANOS, SEGUROS, RESPETUOSOS CON EL MEDIO AMBIENTE, EL BIENESTAR ANIMAL Y CON UN IMPORTANTE COMPROMISO SOCIAL. EL PÚBLICO OBJETIVO ES LA POBLACIÓN EN GENERAL.

Coste total: 1.160.000 **Periodo de ejecución:** De 1 mayo a 31 octubre 2010

Soporte: TELEVISIÓN, RADIO, PRENSA, REVISTAS, INTERNET, EXTERIOR

Difusión: NACIONAL **Idioma:** Castellano

Población a la que se dirige: General

Medidas accesibilidad: Subtitulación

DIRECCIÓN GENERAL DE INDUSTRIA Y MERCADOS ALIMENTARIOS

CAMPAÑA DE PERMANENCIA EN MEDIOS 2010

Objetivo: EL OBJETIVO PRINCIPAL DE LA CAMPAÑA ES OPTIMIZAR LA PERMANENCIA EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE LAS CAMPAÑAS DE INFORMACIÓN Y PROMOCIÓN DE PRODUCTOS AGROALIMENTARIOS CUYO MATERIAL SE ENCUENTRA UBICADO EN LA PÁGINA WEB ALIMENTACIÓN.ES. EL PÚBLICO OBJETIVO AL QUE SE DIRIGIRÁ SON LOS CONSUMIDORES EN GENERAL Y ESPECIALMENTE LOS RESPONSABLES DE LA COMPRA EN EL HOGAR. ASIMISMO, SE DESTINARÁN ACTUACIONES ESPECÍFICAS AL SECTOR AGROALIMENTARIO.

Coste total: 870.000 **Periodo de ejecución:** De 1 julio a 31 diciembre 2010

Soporte: RADIO, PRENSA, REVISTAS, INTERNET, EXTERIOR

Difusión: NACIONAL **Idioma:** Castellano

Población a la que se dirige: General

Medidas accesibilidad: Subtitulación

MINISTERIO DE MEDIO AMBIENTE, Y MEDIO RURAL Y MARINO
DIRECCIÓN GENERAL DE INDUSTRIA Y MERCADOS ALIMENTARIOS

CAMPAÑA SOBRE CONSUMO DE FRUTAS, VERDURAS Y HORTALIZAS

Objetivo: INFORMAR Y FORMAR SOBRE LAS PROPIEDADES Y BENEFICIOS DEL CONSUMO DE FRUTAS, VERDURAS Y HORTALIZAS, SOBRE LA ESTACIONALIDAD DEL PRODUCTO Y PROMOCIONAR EL CONSUMO PARA FORTALECER AL SECTOR PRODUCTOR. EL PÚBLICO OBJETIVO SERÁ TODA LA POBLACIÓN CON ESPECIAL ATENCIÓN A LOS RESPONSABLES DE COMPRA EN EL HOGAR Y EL PÚBLICO INFANTIL (NIÑOS DE 4 A 12 AÑOS). EL SENTIDO DE ESTA CAMPAÑA ES AMPLIAR Y CONTINUAR CON LAS CAMPAÑAS INICIADAS EN EL AÑO 2008 MAXIMIZANDO LA COBERTURA, REFORZANDO LA CREDIBILIDAD DEL MENSAJE Y OPTIMIZANDO LA PERMANENCIA DEL MISMO EN EL TIEMPO.

Coste total: 812.000 **Periodo de ejecución:** De 1 junio a 31 diciembre 2010

Soporte: TELEVISIÓN, RADIO, PRENSA, REVISTAS, INTERNET, EXTERIOR, CINE

Difusión: NACIONAL **Idioma:** Castellano

Población a la que se dirige: Infantil / Juvenil, Responsables de compra en el hogar

Medidas accesibilidad: Subtitulación

DIRECCIÓN GENERAL DE MEDIO NATURAL Y POLÍTICA FORESTAL
CONSERVACIÓN DE LA BIODIVERSIDAD

Objetivo: PROMOVER LA CONCIENCIACIÓN DEL USO SOSTENIBLE DE LA BIODIVERSIDAD.

Coste total: 1.500.000 **Periodo de ejecución:** De 1 marzo a 31 diciembre 2010

Soporte: TELEVISIÓN, RADIO

Difusión: NACIONAL **Idioma:** Castellano

Población a la que se dirige: General

Medidas accesibilidad: Subtitulación

DIRECCIÓN GENERAL DE MEDIO NATURAL Y POLÍTICA FORESTAL
PREVENCIÓN DE INCENDIOS FORESTALES

Objetivo: PROMOVER LA PREVENCIÓN DE INCENDIOS FORESTALES, DIRIGIDA A LA POBLACIÓN EN GENERAL.

Coste total: 1.600.000 **Periodo de ejecución:** De 1 junio a 15 agosto 2010

Soporte: TELEVISIÓN, RADIO, PRENSA, INTERNET, CINE, OTRAS HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN (TRENES Y AUTOBUSES DE LARGO RECORRIDO)

Difusión: NACIONAL **Idioma:** Castellano

Población a la que se dirige: General

Medidas accesibilidad: Subtitulación

MINISTERIO DE MEDIO AMBIENTE, Y MEDIO RURAL Y MARINO

DIRECCIÓN GENERAL DE MEDIO NATURAL Y POLÍTICA FORESTAL

ACCIONES DIRECTAS DE SENSIBILIZACIÓN DE LA POBLACIÓN RURAL Y DE LA ESCOLAR PARA PREVENCIÓN DE INCENDIOS FORESTALES

Objetivo: DIFUNDIR MENSAJES PREVENTIVOS ADAPTADOS A LA POBLACIÓN RURAL DE ZONAS FORESTALES Y A LA POBLACIÓN ESCOLAR.

Coste total: 862.650 **Periodo de ejecución:** De 1 enero a 31 diciembre 2010

Soporte: OTRAS HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN (TEATRO, CONFERENCIAS, TALLERES)

Difusión: LOCAL **Idioma:** Castellano

Población a la que se dirige: Infantil / Juvenil, Población rural de zonas forestales

CONFEDERACIÓN HIDROGRÁFICA DEL DUERO

USO RESPONSABLE DEL AGUA

Objetivo: SENSIBILIZAR A LA CIUDADANÍA EN GENERAL SOBRE UN USO RESPONSABLE DEL AGUA .

Coste total: 12.500 **Periodo de ejecución:** De 1 enero a 31 diciembre 2010

Soporte: SIN DETERMINAR

Difusión: AUTONÓMICA **Idioma:** Castellano

Población a la que se dirige: General

CONFEDERACIÓN HIDROGRÁFICA DEL GUADIANA

CAMPAÑA DE CONCIENCIACIÓN DE LOS EFECTOS DE LA SEQUÍA EN EL ÁMBITO TERRITORIAL ESPAÑOL DE LA DEMARCACIÓN HIDROGRÁFICA DEL GUADIANA

Objetivo: FOMENTAR LA CULTURA DEL AHORRO Y EL USO RESPONSABLE DEL AGUA INVOLUCRANDO A LOS DISTINTOS AGENTES SOCIALES.

Coste total: 60.000 **Periodo de ejecución:** De 1 enero a 31 diciembre 2010

Soporte: SIN DETERMINAR

Difusión: AUTONÓMICA **Idioma:** Castellano

Población a la que se dirige: General

Medidas accesibilidad: Subtitulación y lenguaje de signos

MINISTERIO DE MEDIO AMBIENTE, Y MEDIO RURAL Y MARINO

CONFEDERACIÓN HIDROGRÁFICA DEL GUADIANA

DIFUSIÓN DE LAS ACTUACIONES DE ORDENACIÓN HIDROLÓGICO-AMBIENTAL DEL RÍO GUADIANA EN BADAJOZ

Objetivo: DAR A CONOCER A LOS CIUDADANOS DE BADAJOZ ESTA ACTUACIÓN QUE CAMBIARÁ LA FISIONOMÍA DE LA CIUDAD.

Coste total: 40.000 **Periodo de ejecución:** De 1 enero a 31 diciembre 2010

Soporte: SIN DETERMINAR

Difusión: LOCAL **Idioma:** Castellano

Población a la que se dirige: General

Medidas accesibilidad: Subtitulación y lenguaje de signos

CONFEDERACIÓN HIDROGRÁFICA DEL GUADIANA

EL GUADIANA Y EL MUNDO RURAL

Objetivo: ACERCAR EL RÍO Y EL ORGANISMO DE CUENCA A LAS PEQUEÑAS POBLACIONES A TRAVÉS DE UNA EXPOSICIÓN ITINERANTE.

Coste total: 15.000 **Periodo de ejecución:** De 1 enero a 31 diciembre 2010

Soporte: SIN DETERMINAR

Difusión: AUTONÓMICA **Idioma:** Castellano

Población a la que se dirige: General

Medidas accesibilidad: Lenguaje de signos

FONDO ESPAÑOL DE GARANTÍA AGRARIA (FEGA)

AYUDAS DE LA POLÍTICA AGRÍCOLA COMÚN

Objetivo: CONTINUANDO CON LA LABOR REALIZADA EL PASADO EJERCICIO, LA PRESIDENCIA DEL FEGA HA DECIDIDO DESARROLLAR UNA CAMPAÑA INSTITUCIONAL DE PUBLICIDAD, SOBRE LAS AYUDAS DE LA PAC, DIRIGIDA A LOS AGRICULTORES Y GANADEROS, POTENCIALES BENEFICIARIOS DE LAS MISMAS, Y AL PÚBLICO, EN GENERAL, CON EL DOBLE PROPÓSITO DE INCITAR A LA SOLICITUD DE LAS AYUDAS EN LOS PLAZOS PREVISTOS POR LA NORMATIVA REGULADORA, Y PONER DE MANIFIESTO LA RAZÓN DE SER DE TALES AYUDAS, EN TANTO QUE COMPENSADORAS DE LAS TAREAS QUE LOS AGRICULTORES Y GANADEROS REALIZAN PARA GARANTIZAR EL ABASTECIMIENTO ALIMENTARIO DE LA POBLACIÓN Y HUMANIZAR, VERTEBRAR Y CONSERVAR EL MEDIO RURAL.

Coste total: 400.000 **Periodo de ejecución:** De 1 enero a 31 diciembre 2010

Soporte: TELEVISIÓN, RADIO, INTERNET

Difusión: NACIONAL **Idioma:** Castellano

Población a la que se dirige: Ciudadanos residentes en España mayores de 16 años

Medidas accesibilidad: Subtitulación

MINISTERIO DE MEDIO AMBIENTE, Y MEDIO RURAL Y MARINO

FROM

CAMPAÑA DE DIVULGACION SOBRE LA COMERCIALIZACIÓN DEL ATUN ROJO CAPTURADO POR LA FLOTA ESPAÑOLA

Objetivo: INFORMAR A TODOS LOS AGENTES IMPLICADOS EN LA CAPTURA Y COMERCIALIZACIÓN DE ATÚN ROJO EN NUESTRO PAÍS DE LAS MEDIDAS DE OBLIGADO CUMPLIMIENTO.

Coste total: 500.000 **Periodo de ejecución:** De 1 marzo a 31 diciembre 2010

Soporte: EXTERIOR, RELACIONES PÚBLICAS, MARKETING POSTAL

Difusión: NACIONAL **Idioma:** Castellano

Población a la que se dirige: Trabajadores, Empresarios

FROM

CAMPAÑA DE ETIQUETADO DE PRODUCTOS PESQUEROS

Objetivo: INCREMENTAR EL GRADO DE CUMPLIMIENTO DEL ETIQUETADO DE LOS PRODUCTOS PESQUEROS EN EL SECTOR DETALLISTA.

Coste total: 1.800.000 **Periodo de ejecución:** De 1 marzo a 31 diciembre 2010

Soporte: RADIO, PRENSA, EXTERIOR, MARKETING POSTAL

Difusión: NACIONAL **Idioma:** Castellano

Población a la que se dirige: General

FROM

CONTRATACIÓN DE DIVERSOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN PARA LA DIFUSIÓN DE LAS CAMPAÑAS DE PUBLICIDAD DEL FROM DURANTE LOS AÑOS 2010-2011

Objetivo: ORIENTAR EL CONSUMO DE PRODUCTOS PESQUEROS Y DE LA ACUICULTURA EN SUS DISTINTAS PRESENTACIONES ASÍ COMO INFORMAR DE LAS TALLAS MÍNIMAS Y DEL CORRECTO ETIQUETADO DE LOS PRODUCTOS PESQUEROS.

Coste total: 1.300.000 **Periodo de ejecución:** De 1 abril a 31 diciembre 2010

Soporte: RADIO, PRENSA, REVISTAS, INTERNET

Difusión: NACIONAL **Idioma:** Castellano

Población a la que se dirige: General

MINISTERIO DE MEDIO AMBIENTE, Y MEDIO RURAL Y MARINO

FROM

CONTRATACIÓN DE DIVERSOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN PARA LA DIFUSIÓN DE LAS CAMPAÑAS DE PUBLICIDAD DEL FROM DURANTE 2009-2010

Objetivo: ORIENTAR EL CONSUMO DE PRODUCTOS PESQUEROS Y DE LA ACUICULTURA EN SUS DISTINTAS PRESENTACIONES ASÍ COMO INFORMAR DE LAS TALLAS MÍNIMAS Y DEL CORRECTO ETIQUETADO.

Coste total: 420.000 **Periodo de ejecución:** Enero, febrero y marzo 2010

Soporte: RADIO, PRENSA, REVISTAS, INTERNET

Difusión: NACIONAL **Idioma:** Castellano

Población a la que se dirige: General

FROM

DIFUSION DE LAS CAMPAÑAS DE PUBLICIDAD FROM EN EL MEDIO TELEVISIÓN

Objetivo: ORIENTAR EL CONSUMO DE PRODUCTOS PESQUEROS Y DE LA ACUICULTURA EN SUS DISTINTAS PRESENTACIONES: FRESCO, CONGELADO, CONSERVA O DE ACUICULTURA, INFORMAR DE LAS TALLAS MÍNIMAS ASÍ COMO DEL CORRECTO ETIQUETADO.

Coste total: 6.020.880 **Periodo de ejecución:** De 1 marzo a 31 diciembre 2010

Soporte: TELEVISIÓN

Difusión: NACIONAL **Idioma:** Castellano

Población a la que se dirige: General

Medidas accesibilidad: Subtitulación

FROM

INCENTIVACIÓN AL CONSUMO DE PESCADO ENTRE LA POBLACIÓN INFANTIL 2009-2010

Objetivo: INCREMENTAR EL CONSUMO DE PRODUCTOS PESQUEROS ENTRE LA POBLACIÓN INFANTIL.

Coste total: 940.517 **Periodo de ejecución:** De 1 enero a 30 junio 2010

Soporte: REVISTAS, RELACIONES PÚBLICAS, MARKETING POSTAL

Difusión: NACIONAL **Idioma:** Castellano

Población a la que se dirige: Infantil / Juvenil

MINISTERIO DE MEDIO AMBIENTE, Y MEDIO RURAL Y MARINO
FROM

INCENTIVACIÓN AL CONSUMO DE PRODUCTOS PESQUEROS ENTRE LA POBLACIÓN INFANTIL 2010-2011

Objetivo: INCREMENTAR EL CONSUMO DE PRODUCTOS DE LA PESCA ENTRE LA POBLACIÓN INFANTIL.

Coste total: 1.400.000 **Periodo de ejecución:** De 1 septiembre a 31 diciembre 2010

Soporte: REVISTAS, INTERNET, RELACIONES PÚBLICAS, MARKETING POSTAL

Difusión: NACIONAL **Idioma:** Castellano

Población a la que se dirige: Infantil / Juvenil

SOCIEDAD ESTATAL AGUAS DE LA CUENCA DEL NORTE, S.A.
(Grupo Patrimonio)

ABASTECIMIENTO DE AGUA A LUGO (2ª FASE)

Objetivo: HACER PÚBLICA LA ACTUACIÓN A TODA LA POBLACIÓN DE LA RASA COSTERA OCCIDENTAL ASTURIANA EN CUMPLIMIENTO DE LA NORMATIVA EUROPEA CE Nº 1159/2000.

Coste total: 10.000 **Periodo de ejecución:** De 1 enero a 31 diciembre 2010

Soporte: PRENSA, OTRAS HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN

Difusión: AUTONÓMICA **Idioma:** Castellano y gallego

Población a la que se dirige: General

SOCIEDAD ESTATAL AGUAS DE LA CUENCA DEL NORTE, S.A.
(Grupo Patrimonio)

ABASTECIMIENTO DE AGUA A OURENSE

Objetivo: HACER PÚBLICA LA ACTUACIÓN A TODA LA POBLACIÓN DE LA RASA COSTERA OCCIDENTAL ASTURIANA EN CUMPLIMIENTO DE LA NORMATIVA EUROPEA CE Nº 1159/2000.

Coste total: 10.000 **Periodo de ejecución:** De 1 enero a 31 diciembre 2010

Soporte: RADIO, PRENSA, INTERNET, OTRAS HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN

Difusión: AUTONÓMICA **Idioma:** Castellano y gallego

Población a la que se dirige: General

MINISTERIO DE MEDIO AMBIENTE, Y MEDIO RURAL Y MARINO
SOCIEDAD ESTATAL AGUAS DE LA CUENCA DEL NORTE, S.A.
(Grupo Patrimonio)

ABASTECIMIENTO DE AGUA AL BIERZO

Objetivo: HACER PÚBLICA LA ACTUACIÓN A TODA LA POBLACIÓN DE LA RASA COSTERA OCCIDENTAL ASTURIANA EN CUMPLIMIENTO DE LA NORMATIVA EUROPEA CE Nº 1159/2000.

Coste total: 10.000 **Periodo de ejecución:** De 1 enero a 31 diciembre 2010

Soporte: RADIO, PRENSA, OTRAS HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN

Difusión: AUTONÓMICA **Idioma:** Castellano

Población a la que se dirige: General

SOCIEDAD ESTATAL AGUAS DE LA CUENCA DEL NORTE, S.A.
(Grupo Patrimonio)

AMPLIACIÓN Y MEJORA DEL SISTEMA DE TRATAMIENTO DE AGUA POTABLE DE MONFORTE DE LEMOS

Objetivo: HACER PÚBLICA LA ACTUACIÓN A TODA LA POBLACIÓN DE LA RASA COSTERA OCCIDENTAL ASTURIANA EN CUMPLIMIENTO DE LA NORMATIVA EUROPEA CE Nº 1828/2006.

Coste total: 10.000 **Periodo de ejecución:** De 1 enero a 31 diciembre 2010

Soporte: RADIO, PRENSA, INTERNET, OTRAS HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN

Difusión: AUTONÓMICA **Idioma:** Castellano y gallego

Población a la que se dirige: General

SOCIEDAD ESTATAL AGUAS DE LA CUENCA DEL NORTE, S.A.
(Grupo Patrimonio)

NUESTRA AGUA DE SIEMPRE PARA SIEMPRE

Objetivo: HACER PÚBLICA LA ACTUACIÓN A TODA LA POBLACIÓN DE LA RASA COSTERA OCCIDENTAL ASTURIANA EN CUMPLIMIENTO DE LA NORMATIVA EUROPEA CE Nº 621/2004 (COHESIÓN).

Coste total: 30.000 **Periodo de ejecución:** De 1 enero a 31 diciembre 2010

Soporte: RADIO, PRENSA, RELACIONES PÚBLICAS, OTRAS HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN

Difusión: AUTONÓMICA **Idioma:** Castellano

Población a la que se dirige: General, Infantil / Juvenil

MINISTERIO DE MEDIO AMBIENTE, Y MEDIO RURAL Y MARINO
SOCIEDAD ESTATAL AGUAS DE LA CUENCA DEL NORTE, S.A.
(Grupo Patrimonio)

NUEVO ABASTECIMIENTO DE AGUA A PONTEVEDRA Y SU RÍA

Objetivo: HACER PÚBLICA LA ACTUACIÓN A TODA LA POBLACIÓN DE LA RASA COSTERA OCCIDENTAL ASTURIANA EN CUMPLIMIENTO DE LA NORMATIVA EUROPEA CE Nº 1828/2006.

Coste total: 10.000 **Periodo de ejecución:** De 1 enero a 31 diciembre 2010

Soporte: RADIO, PRENSA, INTERNET, OTRAS HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN

Difusión: AUTONÓMICA **Idioma:** Castellano y gallego

Población a la que se dirige: General

SOCIEDAD ESTATAL AGUAS DE LA CUENCA DEL NORTE, S.A.
(Grupo Patrimonio)

SANEAMIENTO DE VIGO

Objetivo: HACER PÚBLICA LA ACTUACIÓN A TODA LA POBLACIÓN DE LA RASA COSTERA OCCIDENTAL ASTURIANA EN CUMPLIMIENTO DE LA NORMATIVA EUROPEA CE Nº 1828/2006.

Coste total: 10.000 **Periodo de ejecución:** De 1 enero a 31 diciembre 2010

Soporte: RADIO, PRENSA, INTERNET, OTRAS HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN

Difusión: AUTONÓMICA **Idioma:** Castellano y gallego

Población a la que se dirige: General

SOCIEDAD ESTATAL AGUAS DE LAS CUENCAS MEDITERRÁNEAS, S.A.
(Grupo Patrimonio)

CAMPAÑA DE INFORMACIÓN Y PARTICIPACIÓN CIUDADANA SOBRE LAS ACTUACIONES DE ACUAMED EN ANDALUCÍA

Objetivo: DAR A CONOCER ENTRE LA POBLACIÓN DE ALMERÍA, MÁLAGA Y GRANADA LAS DIFERENTES ACTUACIONES DE ACUAMED EN MATERIA DE REUTILIZACIÓN, MODERNIZACIÓN DE REGADÍOS Y DESALACIÓN, TODAS ELLAS COFINANCIADAS POR LA UNIÓN EUROPEA.

Coste total: 100.000 **Periodo de ejecución:** De 1 febrero a 30 diciembre 2010

Soporte: TELEVISIÓN

Difusión: PROVINCIAL **Idioma:** Castellano

Población a la que se dirige: General, Infantil / Juvenil, Tercera Edad, Estudiantes,

Medidas accesibilidad: Subtitulación

MINISTERIO DE MEDIO AMBIENTE, Y MEDIO RURAL Y MARINO

SOCIEDAD ESTATAL AGUAS DE LAS CUENCAS MEDITERRÁNEAS, S.A. (Grupo Patrimonio)

CAMPAÑA DE INFORMACIÓN Y PROMOCIÓN DE LAS DESALADORAS EN LA COMUNIDAD VALENCIANA Y REGIÓN DE MURCIA

Objetivo: DAR A CONOCER ENTRE LA POBLACIÓN QUE SERÁ ABASTECIDA POR LAS FUTURAS PLANTAS DESALADORAS DE ACUAMED, EN LA COMUNIDAD VALENCIANA Y REGIÓN DE MURCIA, COFINANCIADAS POR LA UNIÓN EUROPEA, DE LOS BENEFICIOS DEL AGUA DESALADA PARA QUE LOS CIUDADANOS TENGAN UNA PERCEPCIÓN POSITIVA SOBRE LAS DESALADORAS.

Coste total: 60.000 **Periodo de ejecución:** De 1 febrero a 30 diciembre 2010

Soporte: TELEVISIÓN

Difusión: AUTONÓMICA **Idioma:** Castellano

Población a la que se dirige: General, Infantil / Juvenil, Tercera Edad, Estudiantes,

Medidas accesibilidad: Subtitulación

SOCIEDAD ESTATAL AGUAS DE LAS CUENCAS MEDITERRÁNEAS, S.A. (Grupo Patrimonio)

CAMPAÑA DE PUBLICIDAD SOBRE LAS ACTUACIONES DE ACUAMED EN LA COSTA MEDITERRÁNEA

Objetivo: DAR A CONOCER ENTRE LA POBLACIÓN DE LA COMUNIDAD VALENCIANA Y REGIÓN DE MURCIA LAS ACTUACIONES DE ACUAMED COFINANCIADAS POR LA UNIÓN EUROPEA Y MEJORAR ASÍ SU GRADO DE ACEPTACIÓN ENTRE LA CIUDADANÍA.

Coste total: 30.000 **Periodo de ejecución:** De 1 febrero a 30 diciembre 2010

Soporte: TELEVISIÓN

Difusión: AUTONÓMICA **Idioma:** Castellano

Población a la que se dirige: General, Infantil / Juvenil, Tercera Edad, Estudiantes,

Medidas accesibilidad: Subtitulación

SOCIEDAD ESTATAL HIDROGUADIANA, S.A. (Grupo Patrimonio)

CASTILLA LA MANCHA Y EL AGUA

Objetivo: DIFUSIÓN A LOS CONSUMIDORES Y USUARIOS, EN CUMPLIMIENTO DE LA NORMATIVA DE LA UNIÓN EUROPEA RESPECTO DE LAS INVERSIONES FINANCIADAS CON FONDOS FEDER Y COHESIÓN EN LA COMUNIDAD DE CASTILLA LA MANCHA. ENCARTE EN PRENSA LOCAL Y ESPACIOS EN EMISORAS LOCALES DE TELEVISIÓN.

Coste total: 90.000 **Periodo de ejecución:** De 1 enero a 31 diciembre 2010

Soporte: TELEVISIÓN, PRENSA

Difusión: AUTONÓMICA **Idioma:** Castellano

Población a la que se dirige: General

Medidas accesibilidad: Subtitulación

MINISTERIO DE CULTURA

SUBSECRETARÍA

REGALA CULTURA

Objetivo: CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL DIRIGIDA A PROMOVER LA DIFUSIÓN Y ADQUISICIÓN DE PRODUCTOS CULTURALES ENTRE LA CIUDADANÍA, COMO OPCIÓN ATRACTIVA PARA LA POBLACIÓN DURANTE EL PERIODO NAVIDEÑO.

Coste total: 199.129 **Periodo de ejecución:** De 17 diciembre 2009 a 5 enero 2010

Soporte: TELEVISIÓN, PRENSA, INTERNET, EXTERIOR

Difusión: NACIONAL **Idioma:** Castellano

Población a la que se dirige: General

Medidas accesibilidad: Subtitulación

SUBSECRETARÍA

INSERCIONES PUNTUALES DE ANUNCIOS SOBRE ACTUACIONES DEL MINISTERIO DE CULTURA

Objetivo: DAR CONOCIMIENTO PÚBLICO DE LAS CONVOCATORIAS DE AYUDAS, BECAS O PROGRAMAS DEL MINISTERIO DE CULTURA DE INTERÉS SOCIAL.

Coste total: 60.000 **Periodo de ejecución:** De 1 enero a 31 diciembre 2010

Soporte: PRENSA

Difusión: NACIONAL **Idioma:** Castellano

Población a la que se dirige: General

DIRECCIÓN GENERAL DE BELLAS ARTES Y BIENES CULTURALES

DIFUSIÓN DE LAS EXPOSICIONES Y OTRAS ACTIVIDADES ORGANIZADAS DESDE LA SUBDIRECCIÓN GENERAL DE PROMOCIÓN DE LAS BELLAS ARTES

Objetivo: DIFUNDIR ENTRE LA POBLACIÓN INFORMACIÓN SOBRE LAS EXPOSICIONES Y OTRAS ACTIVIDADES RELACIONADAS CON LAS ARTES Y SU PROMOCIÓN.

Coste total: 470.000 **Periodo de ejecución:** De 1 enero a 31 diciembre 2010

Soporte: PRENSA, INTERNET, EXTERIOR

Difusión: NACIONAL **Idioma:** Castellano

Población a la que se dirige: General

MINISTERIO DE CULTURA

DIRECCIÓN GENERAL DE BELLAS ARTES Y BIENES CULTURALES

FOMENTO DEL CONOCIMIENTO DE LOS MUSEOS ESTATALES Y DIFUSIÓN DE LA PROGRAMACIÓN DE SUS ACTIVIDADES

Objetivo: MEJORAR EL CONOCIMIENTO QUE TIENE LA CIUDADANÍA DE LOS MUSEOS ESTATALES Y LA PROGRAMACIÓN DE SUS ACTIVIDADES.

Coste total: 400.000 **Periodo de ejecución:** De 1 enero a 31 diciembre 2010

SopORTE: RADIO, PRENSA, INTERNET, EXTERIOR

Difusión: NACIONAL **Idioma:** Castellano

Población a la que se dirige: General

DIRECCIÓN GENERAL DE POLÍTICAS E INDUSTRIAS CULTURALES

CAMPAÑA DE SENSIBILIZACIÓN Y FOMENTO DEL CONSUMO DE LOS CONTENIDOS CULTURALES EN INTERNET

Objetivo: PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL Y DE LA OFERTA LEGAL DE CONTENIDOS CULTURALES EN INTERNET.

Coste total: 947.935 **Periodo de ejecución:** De 1 enero a 31 diciembre 2010

SopORTE: RADIO, INTERNET

Difusión: NACIONAL **Idioma:** Castellano

Población a la que se dirige: General, Infantil / Juvenil, Estudiantes

DIRECCIÓN GENERAL DEL LIBRO, ARCHIVOS Y BIBLIOTECAS

CAMPAÑA DE FOMENTO DE LA LECTURA

Objetivo: CAMPAÑA PARA INCREMENTAR EL ÍNDICE DE LECTURA, ESPECIALMENTE ENTRE LOS MÁS JÓVENES, DADA LA IMPORTANCIA DE ESTE HÁBITO EN EL DESARROLLO DE LA PERSONALIDAD.

Coste total: 477.936 **Periodo de ejecución:** De 1 enero a 31 diciembre 2010

SopORTE: INTERNET

Difusión: NACIONAL **Idioma:** Castellano

Población a la que se dirige: Infantil / Juvenil

BIBLIOTECA NACIONAL

DIFUSIÓN DE LA PROGRAMACIÓN DE LA BIBLIOTECA NACIONAL

Objetivo: DIFUSIÓN A LA CIUDADANÍA DE LA PROGRAMACIÓN CULTURAL (EXPOSICIONES, CONFERENCIAS, TALLERES) DE LA BIBLIOTECA NACIONAL.

Coste total: 30.000 **Periodo de ejecución:** De 1 enero a 31 diciembre 2010

SopORTE: PRENSA, MARKETING POSTAL

Difusión: NACIONAL **Idioma:** Castellano

Población a la que se dirige: General

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

CINE ESPAÑOL: ¡NUESTRO CINE!

Objetivo: PROMOCIÓN DEL CINE ESPAÑOL E INDUSTRIA CINEMATográfica EN GENERAL, PRESENCIA DE PELÍCULAS ESPAÑOLAS EN EVENTOS O MANIFESTACIONES DE RELEVANCIA INTERNACIONAL EN PARTICULAR.

Coste total: 50.800 **Periodo de ejecución:** De 1 enero a 31 diciembre 2010

Soporte: REVISTAS

Difusión: INTERNACIONAL **Idioma:** Castellano

Población a la que se dirige: Industria cinematográfica

Medidas accesibilidad: Subtitulación

MUSEO NACIONAL CENTRO DE ARTE REINA SOFÍA
DIFUSIÓN DE LA PROGRAMACIÓN DEL MUSEO NACIONAL CENTRO DE
ARTE REINA SOFÍA

Objetivo: DIFUSIÓN A LOS CIUDADANOS DE LA PROGRAMACIÓN (EXPOSICIONES, TALLERES, ACTIVIDADES) DEL MUSEO.

Coste total: 400.000 **Periodo de ejecución:** De 1 enero a 31 diciembre 2010

Soporte: RADIO, PRENSA, INTERNET, EXTERIOR, MARKETING POSTAL

Difusión: NACIONAL **Idioma:** Castellano

Población a la que se dirige: General

MUSEO NACIONAL DEL PRADO
DIFUSIÓN DE LAS EXPOSICIONES DEL MUSEO NACIONAL DEL PRADO

Objetivo: DAR A CONOCER AL PÚBLICO LA PROGRAMACIÓN DE EXPOSICIONES DEL MUSEO DEL PRADO.

Coste total: 720.000 **Periodo de ejecución:** De 1 enero a 31 diciembre 2010

Soporte: RADIO, PRENSA, INTERNET, EXTERIOR

Difusión: NACIONAL **Idioma:** Castellano

Población a la que se dirige: General

MINISTERIO DE SANIDAD Y POLÍTICA SOCIAL
DIRECCIÓN GENERAL DE FARMACIA Y PRODUCTOS SANITARIOS

CAMPAÑA DE UTILIZACIÓN DE MEDICAMENTOS GENÉRICOS

Objetivo: FOMENTAR LA UTILIZACIÓN DE LOS MEDICAMENTOS GENÉRICOS Y TRASLADAR QUE SU NIVEL DE SEGURIDAD Y EFICACIA ES EQUIVALENTE A LAS DE LOS MEDICAMENTOS DE MARCA.

Coste total: 2.200.000 **Periodo de ejecución:** De 21 septiembre a 11 octubre 2010

Soporte: TELEVISIÓN, RADIO, PRENSA, REVISTAS, INTERNET, EXTERIOR, OTRAS HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN (FOLLETOS Y CARTELES)

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

Población a la que se dirige: General

Medidas accesibilidad: Subtitulación y lenguaje de signos

DIRECCIÓN GENERAL DE SALUD PÚBLICA Y SANIDAD EXTERIOR

ACTUACIONES DE PREVENCIÓN DEL VIH/SIDA. CAMPAÑA DE PREVENCIÓN DEL VIH EN HOMBRES QUE TIENEN SEXO CON HOMBRES

Objetivo: DIFUNDIR INFORMACIÓN Y ACTUACIONES DIRIGIDAS A LA PREVENCIÓN DEL VIH/SIDA ENTRE HOMBRES QUE TIENEN RELACIONES SEXUALES CON HOMBRES Y REDUCIR EL IMPACTO NEGATIVO PERSONAL Y SOCIAL DE LA EPIDEMIA.

Coste total: 320.000 **Periodo de ejecución:** Junio 2010

Soporte: PRENSA, REVISTAS, INTERNET, EXTERIOR, CINE, OTRAS HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN (SMS, CARTELES Y FOLLETOS)

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

Población a la que se dirige: Hombres que tienen relaciones sexuales con hombres

Medidas accesibilidad: Subtitulación y lenguaje de signos

DIRECCIÓN GENERAL DE SALUD PÚBLICA Y SANIDAD EXTERIOR

ACTUACIONES DE PREVENCIÓN DEL VIH/SIDA. CAMPAÑA DE PREVENCIÓN DEL VIH/SIDA EN PERSONAS INMIGRANTES

Objetivo: PREVENIR EL VIH/SIDA EN ESE COLECTIVO CON MENSAJES ADECUADOS A LOS VALORES SOCIALES Y CULTURALES DE LOS INMIGRANTES A FIN DE LOGRAR SU IMPLICACIÓN EN LOS PROGRAMAS DE PREVENCIÓN.

Coste total: 100.000 **Periodo de ejecución:** Octubre 2010

Soporte: PRENSA, REVISTAS, INTERNET, EXTERIOR, OTRAS HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN (CARTELES Y FOLLETOS)

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

Población a la que se dirige: Inmigrantes

Medidas accesibilidad: Subtitulación y lenguaje de signos

MINISTERIO DE SANIDAD Y POLÍTICA SOCIAL

DIRECCIÓN GENERAL DE SALUD PÚBLICA Y SANIDAD EXTERIOR

ACTUACIONES DE PREVENCIÓN DEL VIH/SIDA. CAMPAÑA DEL DÍA MUNDIAL DEL SIDA

Objetivo: MEJORAR LA CONCIENCIA PÚBLICA Y LA IMPLICACIÓN EN LA LUCHA CONTRA EL SIDA.

Coste total: 80.000 **Periodo de ejecución:** De 15 noviembre a 15 diciembre 2010

Soporte: PRENSA, REVISTAS, INTERNET, EXTERIOR, OTRAS HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN (CARTELES Y FOLLETOS)

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

Población a la que se dirige: General

Medidas accesibilidad: Subtitulación y lenguaje de signos

DIRECCIÓN GENERAL DE SALUD PÚBLICA Y SANIDAD EXTERIOR

CAMPAÑA PARA LA PREVENCIÓN DE LOS EMBARAZOS NO DESEADOS Y OTRAS INFECCIONES DE TRANSMISIÓN SEXUAL

Objetivo: DISMINUIR LA TASA DE EMBARAZOS NO DESEADOS ENTRE LAS JÓVENES, MEDIANTE LA PROMOCIÓN E INFORMACIÓN DE MÉTODOS ANTICONCEPTIVOS A SU ALCANCE. LA CAMPAÑA SE DIRIGE BÁSICAMENTE A LOS JÓVENES PERO TAMBIÉN AL CONJUNTO DE LA POBLACIÓN GENERAL.

Coste total: 200.000 **Periodo de ejecución:** De 13 a 30 junio 2010

Soporte: TELEVISIÓN, RADIO, PRENSA, REVISTAS, INTERNET, EXTERIOR, OTRAS HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN (CARTELES Y FOLLETOS)

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

Población a la que se dirige: General, Jóvenes y adolescentes, Estudiantes

Medidas accesibilidad: Subtitulación y lenguaje de signos

AGENCIA ESPAÑOLA DE SEGURIDAD ALIMENTARIA Y NUTRICIÓN

CAMPAÑA DE PROMOCIÓN DE UNA ALIMENTACIÓN SANA Y DEL EJERCICIO FÍSICO

Objetivo: INCULCAR A LA POBLACIÓN, SOBRE TODO A LA INFANTO-JUVENIL, HÁBITOS SALUDABLES EN RELACIÓN CON LA ALIMENTACIÓN Y EL EJERCICIO FÍSICO.

Coste total: 200.000 **Periodo de ejecución:** Abril 2010

Soporte: RADIO, PRENSA, REVISTAS, INTERNET, EXTERIOR, OTRAS HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN (FOLLETOS Y CARTELES)

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

Población a la que se dirige: General, Infantil / Juvenil

Medidas accesibilidad: Subtitulación y lenguaje de signos

MINISTERIO DE SANIDAD Y POLÍTICA SOCIAL
DELEGACIÓN DEL GOBIERNO PARA EL PLAN NACIONAL SOBRE DROGAS

CAMPAÑA PREVENCIÓN CONSUMO DE ALCOHOL EN MENORES

Objetivo: OBJETIVO SENSIBILIZAR A LA POBLACIÓN SOBRE LOS RIESGOS DEL ALCOHOL Y LOS MENORES.

Coste total: 200.000 **Periodo de ejecución:** Junio 2010

SopORTE: TELEVISIÓN, RADIO, PRENSA, REVISTAS, EXTERIOR, MARKETING TELEFÓNICO, OTRAS HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN (FOLLETOS Y CARTELES)

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

Población a la que se dirige: General

Medidas accesibilidad: Subtitulación y lenguaje de signos

REAL PATRONATO SOBRE DISCAPACIDAD

ACCIONES RELATIVAS A LOS PREMIOS REINA SOFÍA

Objetivo: PROMOCIONAR Y MEJORAR LA PREVENCIÓN DE DEFICIENCIAS Y LA ATENCIÓN A LAS PERSONAS CON DISCAPACIDAD, ASÍ COMO SU DESARROLLO PERSONAL Y CONSIDERACIÓN SOCIAL.

Coste total: 28.000 **Periodo de ejecución:** De 1 enero a 31 diciembre 2010

SopORTE: PRENSA, REVISTAS, INTERNET

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

Población a la que se dirige: General

Medidas accesibilidad: Subtitulación

MINISTERIO DE VIVIENDA

VIVIENDA

INFORMACIÓN SOBRE MEDIDAS PUESTAS EN MARCHA POR EL MINISTERIO DE VIVIENDA A LO LARGO DEL AÑO

Objetivo: DIFUNDIR ENTRE LA POBLACIÓN DE RENTAS BAJAS A MEDIAS PREVISTAS COMO OBJETIVOS DEL PLAN ESTATAL DE VIVIENDA Y REHABILITACIÓN (PEVR) 2009-2012 ASÍ COMO CIUDADANOS EN GENERAL Y EMPRESAS DEL SECTOR DE LA CONSTRUCCIÓN SOBRE LOS INSTRUMENTOS Y MEDIDAS PREVISTAS EN LA ESTRATEGIA DE ECONOMÍA SOSTENIBLE SOBRE REHABILITACIÓN Y ALQUILER.

Coste total: 800.000 **Periodo de ejecución:** De 1 enero a 31 diciembre 2010

SopORTE: TELEVISIÓN, INTERNET, MARKETING POSTAL

Difusión: NACIONAL **Idioma:** Castellano

Población a la que se dirige: General

Medidas accesibilidad: Subtitulación

MINISTERIO DE CIENCIA E INNOVACIÓN

CIENCIA E INNOVACIÓN

ACTUACIONES DEL MINISTERIO DE CIENCIA E INNOVACIÓN

Objetivo: FOMENTAR LA I+D+I, CONTRIBUIR A LOGRAR LOS OBJETIVOS GENERALES DE COMUNICACIÓN DEL MINISTERIO DE CIENCIA E INNOVACIÓN Y DIFUNDIR LOS PROGRAMAS DE AYUDAS PÚBLICAS Y, EN GENERAL, LAS ACTIVIDADES DE LA SECRETARÍA DE ESTADO DE INVESTIGACIÓN Y DE LA SECRETARÍA GENERAL DE INNOVACIÓN QUE PUEDAN RESULTAR RELEVANTES, DE FORMA QUE LOS SECTORES AFECTADOS TENGAN UN CONOCIMIENTO INICIAL Y BÁSICO DE AQUELLO QUE PUEDA SERLES DE UTILIDAD, CON INDEPENDENCIA DE QUE POSTERIORMENTE PUEDAN ACCEDER A SISTEMAS DE INFORMACIÓN MÁS COMPLETOS.

Coste total: 200.000 **Periodo de ejecución:** De 1 enero a 31 diciembre 2010

Soporte: REVISTAS, INTERNET, RELACIONES PÚBLICAS, OTRAS HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN (CARTELERÍA Y SEÑALÉTICA)

Difusión: NACIONAL **Idioma:** Castellano

Población a la que se dirige: General, Trabajadores, Empresarios, Investigadores y tecnólogos

Medidas accesibilidad: Subtitulación y audiodescripción

DIRECCIÓN GENERAL DE INVESTIGACIÓN Y GESTIÓN DEL PLAN NACIONAL DE I+D+i

ANUNCIO CONVOCATORIA TORRES QUEVEDO

Objetivo: DAR LA MAYOR DIFUSIÓN AL SUBPROGRAMA TORRES QUEVEDO Y ESTIMULAR LA OFERTA Y LA DEMANDA DE INVESTIGADORES PARA SU INCORPORACIÓN A ENTIDADES QUE REALIZAN ACTIVIDADES DE I+D. LOS DESTINATARIOS SON EMPRESAS, CENTROS TECNOLÓGICOS, ASOCIACIONES EMPRESARIALES, PARQUES CIENTÍFICOS Y TECNOLÓGICOS, INVESTIGADORES...

Coste total: 60.000 **Periodo de ejecución:** De 1 enero a 31 diciembre 2010

Soporte: PRENSA

Difusión: NACIONAL **Idioma:** Castellano

Población a la que se dirige: Empresarios, Investigadores

DIRECCIÓN GENERAL DE INVESTIGACIÓN Y GESTIÓN DEL PLAN NACIONAL DE I+D+i

CONVOCATORIA DE PREMIOS NACIONALES DE INVESTIGACIÓN

Objetivo: DAR LA MAYOR DIFUSIÓN A LA CONVOCATORIA DE LOS PREMIOS NACIONALES DE INVESTIGACIÓN, CUMPLIENDO CON LA OBLIGACIÓN DE LA PUBLICACIÓN EN PRENSA DIARIA GENERALISTA DE DIFUSIÓN NACIONAL PARA QUE LOS PREMIOS TENGAN EXENCIÓN DE IMPUESTOS. LOS DESTINATARIOS SON LOS POSIBLES INVESTIGADORES INTERESADOS EN ENVIAR SUS CANDIDATURAS QUE TRABAJAN EN UNIVERSIDADES, ORGANISMOS PÚBLICOS DE INVESTIGACIÓN, SOCIEDADES CIENTÍFICAS, COLECTIVOS DE INVESTIGADORES, ETC.

Coste total: 30.000 **Periodo de ejecución:** De 1 julio a 31 diciembre 2010

Soporte: PRENSA

Difusión: NACIONAL **Idioma:** Castellano

Población a la que se dirige: Investigadores

COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL 2010



PLAN ANUAL DE PUBLICIDAD

MINISTERIO DE CIENCIA E INNOVACIÓN

CENTRO PARA EL DESARROLLO TECNOLÓGICO INDUSTRIAL (CDTI)

INFORMACIÓN Y DIFUSIÓN SOBRE INSTRUMENTOS Y ACTUACIONES DEL CDTI DE AYUDA A LA I+D+I (AYUDAS CDTI, CENIT, NEOTEC, ETC.)

Objetivo: COMUNICACIÓN PARA LOS POTENCIALES DESTINATARIOS DE LOS PROGRAMAS DE AYUDAS DEL CDTI (EMPRESARIOS Y EMPRENDEDORES) Y SENSIBILIZACIÓN SOBRE CULTURA DE LA INNOVACIÓN.

Coste total: 1.000.000 **Periodo de ejecución:** De 1 enero a 31 diciembre 2010

Soporte: RADIO, PRENSA

Difusión: NACIONAL **Idioma:** Castellano

Población a la que se dirige: Empresarios

MINISTERIO DE IGUALDAD

DELEGACIÓN DEL GOBIERNO PARA LA VIOLENCIA DE GÉNERO E INSTITUTO DE LA MUJER

LUCHA CONTRA LA TRATA DE SERES HUMANOS

Objetivo: CAMPAÑA DE SENSIBILIZACIÓN Y LUCHA CONTRA LA TRATA DE SERES HUMANOS CON FINES DE EXPLOTACIÓN SEXUAL DIRIGIDA AL PÚBLICO GENERAL PARA LA TOMA DE CONCIENCIA CONTRA ESTE FENÓMENO QUE NACIONES UNIDAS HA CALIFICADO COMO "LA ESCLAVITUD DEL S. XXI".

Coste total: 1.750.000 **Periodo de ejecución:** De 1 julio a 31 diciembre 2010

Soporte: TELEVISIÓN, RADIO, PRENSA, INTERNET

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

Población a la que se dirige: General

Medidas accesibilidad: Subtitulación

DELEGACIÓN DEL GOBIERNO PARA LA VIOLENCIA DE GÉNERO

TARJETA ROJA

Objetivo: CAMPAÑA DE SENSIBILIZACIÓN Y CONCIENCIACIÓN EN MATERIA DE VIOLENCIA DE GÉNERO.

Coste total: 5.030.000 **Periodo de ejecución:** De 1 marzo a 31 diciembre 2010

Soporte: TELEVISIÓN, RADIO, PRENSA, INTERNET, EXTERIOR

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

Población a la que se dirige: General

Medidas accesibilidad: Subtitulación



Economía Sostenible

2010

PLAN ANUAL DE PUBLICIDAD Y COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL

MINISTERIO DE IGUALDAD

INSTITUTO DE LA JUVENTUD

WEB SOBRE INFORMACIÓN Y ASESORAMIENTO EN MATERIA DE SEXUALIDAD PARA JÓVENES

Objetivo: EL INSTITUTO DE LA JUVENTUD (INJUVE) TIENE PREVISTO IMPLEMENTAR EN 2010 UNA NUEVA WEB -EN DESARROLLO EN ESTOS MOMENTOS- QUE OFRECERÁ A LOS JÓVENES INFORMACIÓN Y ASESORAMIENTO EN MATERIA DE SEXUALIDAD, CON EL FIN DE SENSIBILIZARLES SOBRE LA UTILIZACIÓN DE MEDIOS PREVENTIVOS EN SUS RELACIONES SEXUALES, PREVENIR LAS ITS Y LOS EMBARAZOS NO DESEADOS EN ADOLESCENTES Y RESPONDER DIRECTAMENTE A SUS CONSULTAS EN ESTA MATERIA. UNA VEZ DISPONIBLE LA WEB, SE LLEVARÁ A CABO ESTA CAMPAÑA PUBLICITARIA CON EL FIN DE DAR A CONOCER ESTE NUEVO SERVICIO.

Coste total: 200.000

Periodo de ejecución: De 1 enero a 31 diciembre 2010

Soporte: INTERNET

Difusión: NACIONAL

Idioma: Castellano

Población a la que se dirige: General, Infantil / Juvenil, Estudiantes

Anexo 4: Relación de campañas comerciales 2010

MINISTERIO DE LA PRESIDENCIA

BOLETÍN OFICIAL DEL ESTADO

SERVICIOS Y PRODUCTOS EDITORIALES DE LA AGENCIA ESTATAL BOLETÍN OFICIAL DEL ESTADO

Objetivo: CONOCIMIENTO Y DIFUSIÓN DE SERVICIOS Y PRODUCTOS DE LA AGENCIA ESTATAL BOLETÍN OFICIAL DEL ESTADO ENTRE EL PÚBLICO EN GENERAL.

Coste total: 293.872 **Periodo de ejecución:** De 1 enero a 31 diciembre 2010

Soporte: PRENSA, INTERNET

Difusión: NACIONAL **Idioma:** Castellano

Población a la que se dirige: Estudiantes, Trabajadores, Empresarios

CENTRO DE ESTUDIOS POLÍTICOS Y CONSTITUCIONALES

INSERCIÓN DE PUBLICIDAD DE LAS PUBLICACIONES EDITADAS POR EL CEPC

Objetivo: DAR DIFUSIÓN A LAS ÚLTIMAS PUBLICACIONES DEL CEPC. DIRIGIDO AL PÚBLICO EN GENERAL, FUNDAMENTALMENTE AL COLECTIVO UNIVERSITARIO.

Coste total: 7.000 **Periodo de ejecución:** De 1 febrero a 1 noviembre 2010

Soporte: PRENSA

Difusión: NACIONAL **Idioma:** Castellano

Población a la que se dirige: General, Estudiantes

MINISTERIO DE ECONOMÍA Y HACIENDA

CESCE (Grupo Patrimonio)

CAMPAÑA DE PRODUCTO

Objetivo: PROMOCIÓN DE LA VENTA DE PRODUCTOS DE CESCE.

Coste total: 460.000 **Periodo de ejecución:** De 11 enero a 31 diciembre 2010

Soporte: RADIO, PRENSA, MARKETING TELEFÓNICO

Difusión: NACIONAL **Idioma:** Castellano

Población a la que se dirige: Empresarios

CETARSA (SEPI)

PUBLICIDAD CETARSA

Objetivo: INSERCIÓN PUBLICITARIA EN PERIÓDICOS REGIONALES.

Coste total: 7.746 **Periodo de ejecución:** De 1 enero a 31 diciembre 2010

Soporte: PRENSA

Difusión: REGIONAL **Idioma:** Castellano

Población a la que se dirige: General

MINISTERIO DE ECONOMÍA Y HACIENDA
ENSA EQUIPOS NUCLEARES, S.A. (SEPI)

PUBLICIDAD ENSA

Objetivo: ANUNCIOS EN REVISTAS TÉCNICAS ESPECIALIZADAS DEL SECTOR NUCLEAR.

Coste total: 37.700 **Periodo de ejecución:** De 1 enero a 31 diciembre 2010

Soporte: PRENSA, REVISTAS

Difusión: NACIONAL **Idioma:** Castellano

Población a la que se dirige: Trabajadores, Empresarios

ENUSA INDUSTRIAS AVANZADAS, S.A. (SEPI)

PUBLICIDAD ENUSA

Objetivo: ANUNCIOS EN PRENSA.

Coste total: 45.000 **Periodo de ejecución:** De 1 enero a 31 diciembre 2010

Soporte: PRENSA

Difusión: REGIONAL **Idioma:** Castellano

Población a la que se dirige: Empresarios

FÁBRICA NACIONAL DE MONEDA Y TIMBRE-REAL CASA DE LA MONEDA

PUBLICIDAD PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE MONEDAS

Objetivo: COMERCIALIZACIÓN DE LAS MONEDAS.

Coste total: 1.736.000 **Periodo de ejecución:** De 1 enero a 31 diciembre 2010

Soporte: RADIO, PRENSA, REVISTAS, INTERNET

Difusión: NACIONAL **Idioma:** Castellano

Población a la que se dirige: General

FÁBRICA NACIONAL DE MONEDA Y TIMBRE-REAL CASA DE LA MONEDA

PROMOCIÓN ETIQUETAS DE SEGURIDAD FNMT-RCM PARA PRODUCTOS CON DENOMINACIÓN DE ORIGEN

Objetivo: COMERCIALIZACIÓN DE ETIQUETAS DE SEGURIDAD FNMT-RCM PARA PRODUCTOS CON DENOMINACIÓN DE ORIGEN.

Coste total: 9.000 **Periodo de ejecución:** De 1 enero a 31 diciembre 2010

Soporte: REVISTAS, INTERNET

Difusión: NACIONAL **Idioma:** Castellano

Población a la que se dirige: Empresarios

MINISTERIO DE ECONOMÍA Y HACIENDA
FÁBRICA NACIONAL DE MONEDA Y TIMBRE-REAL CASA DE LA MONEDA

PROMOCIÓN EUROPEA DE PRODUCTOS DEL JUEGO FNMT-RCM

Objetivo: COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS DEL JUEGO FNMT-RCM.

Coste total: 3.500 **Periodo de ejecución:** De 1 enero a 31 diciembre 2010

Soporte: REVISTAS

Difusión: INTERNACIONAL **Idioma:** Castellano

Población a la que se dirige: Empresarios

FÁBRICA NACIONAL DE MONEDA Y TIMBRE-REAL CASA DE LA MONEDA

PROMOCIÓN NACIONAL Y LATINOAMERICANA DE PRODUCTOS DEL JUEGO FNTM-RCM

Objetivo: COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS DEL JUEGO FNMT-RCM.

Coste total: 1.200 **Periodo de ejecución:** De 1 enero a 31 diciembre 2010

Soporte: REVISTAS

Difusión: INTERNACIONAL **Idioma:** Castellano

Población a la que se dirige: Empresarios

FÁBRICA NACIONAL DE MONEDA Y TIMBRE-REAL CASA DE LA MONEDA

PROMOCIÓN TARJETAS BANCARIAS FNMT-RCM ENTRE CAJAS DE AHORRO

Objetivo: COMERCIALIZACIÓN TARJETAS BANCARIAS FNMT-RCM.

Coste total: 15.708 **Periodo de ejecución:** De 1 enero a 31 diciembre 2010

Soporte: REVISTAS

Difusión: NACIONAL **Idioma:** Castellano

Población a la que se dirige: Empresarios

FUNDACIÓN SEPI

FUNDACIÓN SEPI

Objetivo: ANUNCIOS DE CONVOCATORIAS DE BECAS DE PRÁCTICAS EMPRESARIALES.

Coste total: 38.753 **Periodo de ejecución:** De 1 enero a 31 diciembre 2010

Soporte: SIN DETERMINAR

Difusión: NACIONAL **Idioma:** Castellano

Población a la que se dirige: Estudiantes

MINISTERIO DE ECONOMÍA Y HACIENDA HIPÓDROMO DE LA ZARZUELA (SEPI)

HIPÓDROMO DE LA ZARZUELA

Objetivo: INSERCIÓN DE ANUNCIOS EN PRENSA ESCRITA Y RADIOS.

Coste total: 373.274 **Periodo de ejecución:** De 1 enero a 31 diciembre 2010

SopORTE: RADIO, PRENSA, REVISTAS

Difusión: NACIONAL **Idioma:** Castellano

Población a la que se dirige: General

INSTITUTO DE CRÉDITO OFICIAL (ICO)

ANUNCIOS EN MEDIOS

Objetivo: ANUNCIOS EN REVISTAS ESPECIALIZADAS EN MERCADOS DE CAPITALES, ECONÓMICOS, ANUARIOS Y NÚMEROS ESPECIALES RELACIONADOS CON LA ACTIVIDAD DEL ICO.

Coste total: 150.000 **Periodo de ejecución:** De 1 enero a 31 diciembre 2010

SopORTE: PRENSA, REVISTAS

Difusión: INTERNACIONAL **Idioma:** El propio de cada país

Población a la que se dirige: Empresarios, Inversores

INSTITUTO DE CRÉDITO OFICIAL (ICO)

FACILITADOR FINANCIERO

Objetivo: DAR A CONOCER EL INSTRUMENTO FACILITADOR FINANCIERO CUYO OBJETIVO ES FACILITAR EL ACCESO AL CRÉDITO DE AUTÓNOMOS Y PYMES QUE HAYAN VISTO RECHAZADAS SUS PETICIONES DE CRÉDITO.

Coste total: 1.500.000 **Periodo de ejecución:** Abril 2010

SopORTE: RADIO, PRENSA, INTERNET

Difusión: NACIONAL **Idioma:** Castellano

Población a la que se dirige: Empresarios

Medidas accesibilidad: Subtitulación

MINISTERIO DE ECONOMÍA Y HACIENDA
INSTITUTO DE CRÉDITO OFICIAL (ICO)

LÍNEAS ICO 2010

Objetivo: PROMOCIONAR LAS LÍNEAS DE FINANCIACIÓN ICO 2010 DESTINADAS A AUTÓNOMOS Y PYMES: INVERSIÓN NACIONAL, INVERSIÓN INTERNACIONAL, EMPRENDEDORES Y LIQUIDEZ.

Coste total: 1.075.000 **Periodo de ejecución:** Marzo 2010

Soporte: TELEVISIÓN, RADIO, PRENSA, INTERNET, MARKETING POSTAL

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

Población a la que se dirige: Empresarios

Medidas accesibilidad: Subtitulación

LOTERÍAS Y APUESTAS DEL ESTADO

PUBLICIDAD DE JUEGOS ACTIVOS (BONOLOTO, EL GORDO DE LA PRIMITIVA, EUROMILLONES Y LA PRIMITIVA), APUESTAS DEPORTIVAS /QUINIELA, QUINIGOL Y APUESTA HÍPICA), PUBLICIDAD DE IMAGEN DE MARCA

Objetivo: DIFUSIÓN E INFORMACIÓN DE ESTOS SORTEOS.

Coste total: 27.376.000 **Periodo de ejecución:** De 1 enero a 31 diciembre 2010

Soporte: TELEVISIÓN, RADIO, PRENSA, INTERNET, EXTERIOR

Difusión: NACIONAL **Idioma:** Castellano

Población a la que se dirige: General

Medidas accesibilidad: Subtitulación

LOTERÍAS Y APUESTAS DEL ESTADO

PUBLICIDAD DE JUEGOS PASIVOS (LOTERÍA NACIONAL, SORTEO NAVIDAD, SORTEO EL NIÑO), PUBLICIDAD DE IMAGEN DE MARCA

Objetivo: DIFUSIÓN E INFORMACIÓN DE ESTOS SORTEOS.

Coste total: 27.468.800 **Periodo de ejecución:** De 1 enero a 31 diciembre 2010

Soporte: TELEVISIÓN, RADIO, PRENSA, INTERNET, EXTERIOR

Difusión: NACIONAL **Idioma:** Castellano

Población a la que se dirige: General

Medidas accesibilidad: Subtitulación



Economía Sostenible

2010

PLAN ANUAL DE PUBLICIDAD Y COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL

MINISTERIO DE ECONOMÍA Y HACIENDA
MINAS DE ALMADÉN Y ARRAYANES, S.A. (MAYASA: SEPI)

PARQUE MINERO DE ALMADÉN

Objetivo: PUBLICIDAD DEL PARQUE MINERO DE ALMADÉN.

Coste total: 10.150 **Periodo de ejecución:** De 1 enero a 31 diciembre 2010

Soporte: SIN DETERMINAR

Difusión: PROVINCIAL **Idioma:** Castellano

Población a la que se dirige: General

NAVANTIA (SEPI)

NAVANTIA

Objetivo: ANUNCIOS EN REVISTAS DE DEFENSA TANTO NACIONALES COMO INTERNACIONALES.

Coste total: 225.000 **Periodo de ejecución:** De 1 enero a 31 diciembre 2010

Soporte: REVISTAS

Difusión: NACIONAL **Idioma:** Castellano

Población a la que se dirige: Empresarios

RTVE

PROMOCIÓN PROGRAMAS

Objetivo: A LO LARGO DEL AÑO SE PONE EN MARCHA UNA SERIE DE ACCIONES PARA LA PROMOCIÓN DE LOS DISTINTOS PRODUCTOS DE TVE, RNE Y RTVE.ES.

Coste total: 1.250.000 **Periodo de ejecución:** De 1 enero a 1 diciembre 2010

Soporte: TELEVISIÓN, PRENSA, EXTERIOR, RELACIONES PÚBLICAS, OTRAS HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN (PATROCINIO DE EVENTOS DEPORTIVOS, DE CINE...)

Difusión: NACIONAL **Idioma:** Castellano y catalán

Población a la que se dirige: General

Medidas accesibilidad: Subtitulación y lenguaje de signos

MINISTERIO DE ECONOMÍA Y HACIENDA TESORO PÚBLICO

DEUDA PÚBLICA DEL ESTADO

Objetivo: POTENCIAR LA COMPRA DE DEUDA PÚBLICA POR MINORISTAS E INFORMAR A LOS INVERSORES INSTITUCIONALES DEL CALENDARIO DE SUBASTAS, LA ESTRATEGIA Y LA MEMORIA DEL TESORO.

Coste total: 12.310.000 **Periodo de ejecución:** De 1 enero a 31 diciembre 2010

Soporte: TELEVISIÓN, RADIO, PRENSA, REVISTAS, INTERNET, MARKETING TELEFÓNICO, MARKETING POSTAL, OTRAS HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN (WEB, GUÍA DEL TESORO, ALERTAS SMS, BASES DE DATOS)

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

Población a la que se dirige: Tercera Edad, Trabajadores, Empresarios, Inversores, Institucionales

Medidas accesibilidad: Subtitulación y accesibilidad página web

MINISTERIO DE FOMENTO AEROPUERTOS ESPAÑOLES Y NAVEGACIÓN AÉREA (AENA)

FITUR 2010

Objetivo: REFORZAR LA CAMPAÑA SOBRE LA PUESTA EN MARCHA DE LA NUEVA TERMINAL DEL AEROPUERTO DE MÁLAGA Y LOS CANALES INFORMATIVOS DE AENA EN EL ÁMBITO DE LA FERIA DE TURISMO FITUR 2010 DIRIGIDA A LOS OPERADORES Y USUARIOS DE LOS AEROPUERTOS CONCENTRADOS EN ESTE EVENTO.

Coste total: 166.000 **Periodo de ejecución:** De 1 enero a 31 diciembre 2010

Soporte: PRENSA, EXTERIOR

Difusión: NACIONAL **Idioma:** Castellano

Población a la que se dirige: Pasajeros, Usuarios, Operadores, Entornos vecinales de los aeropuertos de la red

FERROCARRILES DE VÍA ESTRECHA (FEVE)

CORPORATIVA FEVE

Objetivo: COMUNICAR NUEVOS PLANES DE EMPRESA Y LOS NUEVOS SERVICIOS Y TRENES.

Coste total: 371.200 **Periodo de ejecución:** De 1 enero a 31 diciembre 2010

Soporte: TELEVISIÓN, RADIO, PRENSA

Difusión: AUTONÓMICA **Idioma:** Castellano

Población a la que se dirige: General

Medidas accesibilidad: Subtitulación

MINISTERIO DE FOMENTO FERROCARRILES DE VÍA ESTRECHA (FEVE)

FEVERAIL

Objetivo: DAR A CONOCER LA TARJETA FEVERAIL QUE PERMITE UN USO ILIMITADO DE SERVICIOS DE CERCANÍAS Y REGIONALES DURANTE 60 DÍAS.

Coste total: 112.520 **Periodo de ejecución:** De 1 junio a 31 agosto 2010

Soporte: RADIO, PRENSA, REVISTAS, INTERNET

Difusión: NACIONAL **Idioma:** Castellano

Población a la que se dirige: General, Infantil / Juvenil, Estudiantes

FERROCARRILES DE VÍA ESTRECHA (FEVE)

PRODUCTOS TURÍSTICOS DE ALTO NIVEL

Objetivo: DAR A CONOCER LOS TRENES TURÍSTICOS DE LUJO: EL TRANSCANTÁBRICO Y EL EXPRESO DE LA ROBLA.

Coste total: 205.520 **Periodo de ejecución:** De 1 abril a 30 septiembre 2010

Soporte: RADIO, PRENSA, REVISTAS, INTERNET

Difusión: AUTONÓMICA **Idioma:** Castellano

Población a la que se dirige: General

FERROCARRILES DE VÍA ESTRECHA (FEVE)

PRODUCTOS TURÍSTICOS OCASIONALES

Objetivo: DAR A CONOCER LOS TRENES TURÍSTICOS COMO PRODUCTOS TURÍSTICOS DE PRIMER ORDEN EN COLABORACIÓN CON AGENCIAS DE TURISMO LOCALES Y COMUNIDADES AUTÓNOMAS.

Coste total: 42.340 **Periodo de ejecución:** De 1 abril a 30 septiembre 2010

Soporte: RADIO, PRENSA, REVISTAS

Difusión: AUTONÓMICA **Idioma:** Castellano

Población a la que se dirige: Turistas y residentes en las zonas donde existen trenes turísticos

RENFE-OPERADORA

CAMBIO HORARIO

Objetivo: VINCULAR LA MARCA RENFE A LA PUNTUALIDAD COINCIDIENDO CON LOS CAMBIOS HORARIOS DE ABRIL Y OCTUBRE.

Coste total: 900.000 **Periodo de ejecución:** Abril y octubre 2010

Soporte: TELEVISIÓN

Difusión: NACIONAL **Idioma:** Castellano

Población a la que se dirige: General

Medidas accesibilidad: Subtitulación

MINISTERIO DE FOMENTO

RENFE-OPERADORA

CAMPAÑA APERTURA CERCANÍAS MADRID AEROPUERTO

Objetivo: LANZAR UNA NUEVA OFERTA COMERCIAL CON LA AMPLIACIÓN DE LA RED DE CERCANÍAS MADRID HASTA EL AEROPUERTO DE BARAJAS. ESTIMULAR LA APARICIÓN DE NUEVOS CONSUMIDORES.

Coste total: 1.300.000 **Periodo de ejecución:** De 1 julio a 31 diciembre 2010

Soporte: RADIO, PRENSA, INTERNET, EXTERIOR, MARKETING

Difusión: AUTONÓMICA **Idioma:** Castellano

Población a la que se dirige: Potenciales clientes

RENFE-OPERADORA

CAMPAÑA AVE MADRID-VALENCIA

Objetivo: LANZAR UNA NUEVA OFERTA COMERCIAL EN LA LÍNEA MADRID-VALENCIA, GRACIAS A LOS NUEVOS SERVICIOS DE ALTA VELOCIDAD. REFORZAR LOS VÍNCULOS DE LOS CLIENTES ACTUALES Y AFIANZAR SU OPCIÓN POR EL TREN PARA LOS DESPLAZAMIENTOS DE LARGA DISTANCIA, ASÍ COMO INCENTIVAR LA APARICIÓN DE NUEVOS CLIENTES QUE ACCEDAN A CONOCER LOS SERVICIOS DE RENFE AV-LARGA DISTANCIA.

Coste total: 6.000.000 **Periodo de ejecución:** De 1 enero a 31 diciembre 2010

Soporte: TELEVISIÓN, RADIO, PRENSA, INTERNET, EXTERIOR

Difusión: NACIONAL **Idioma:** Castellano

Población a la que se dirige: General

Medidas accesibilidad: Subtitulación

RENFE-OPERADORA

CAMPAÑA MEDIO AMBIENTE

Objetivo: POSICIONAR EL TREN COMO LA ALTERNATIVA DE TRANSPORTE INTELIGENTE, SOSTENIBLE Y MÁS EFICIENTE PARA LA MOVILIDAD.

Coste total: 500.000 **Periodo de ejecución:** De 1 enero a 31 diciembre 2010

Soporte: RADIO, PRENSA, INTERNET, EXTERIOR

Difusión: NACIONAL **Idioma:** Castellano

Población a la que se dirige: General

MINISTERIO DE FOMENTO

RENFE-OPERADORA

CAMPAÑA MERCANCÍAS Y LOGÍSTICA

Objetivo: PROPICIAR LA APARICIÓN DE NUEVOS CLIENTES EN ESTE SEGMENTO DE MERCADO .

Coste total: 670.000 **Periodo de ejecución:** De 1 enero a 31 diciembre 2010

Soporte: PRENSA, INTERNET, MARKETING

Difusión: NACIONAL **Idioma:** Castellano

Población a la que se dirige: Clientes actuales y potenciales

RENFE-OPERADORA

CAMPAÑA NUEVA WEB

Objetivo: DIFUNDIR LAS MEJORAS DE LA NUEVA WEB DE RENFE Y LOS BENEFICIOS PARA LOS USUARIOS. POTENCIAR LA VENTA DE BILLETES A TRAVÉS DE ESTE CANAL.

Coste total: 1.080.000 **Periodo de ejecución:** De 1 enero a 31 diciembre 2010

Soporte: RADIO, PRENSA, INTERNET

Difusión: NACIONAL **Idioma:** Castellano

Población a la que se dirige: Clientes actuales y potenciales

RENFE-OPERADORA

CAMPAÑA REPUTACIÓN Y RESPONSABILIDAD CORPORATIVA

Objetivo: COMUNICAR LAS ACCIONES QUE LLEVE A CABO RENFE EN EL ÁREA DE RESPONSABILIDAD CORPORATIVA.

Coste total: 500.000 **Periodo de ejecución:** De 1 enero a 31 diciembre 2010

Soporte: RADIO, PRENSA, INTERNET

Difusión: NACIONAL **Idioma:** Castellano

Población a la que se dirige: General

RENFE-OPERADORA

HUELGAS Y OFERTAS DE EMPLEO

Objetivo: INFORMACIÓN A LOS CLIENTES SOBRE HUELGAS QUE PUEDAN PRODUCIRSE EN EL SERVICIO Y SOBRE OFERTAS DE EMPLEO.

Coste total: 400.000 **Periodo de ejecución:** De 1 enero a 31 diciembre 2010

Soporte: PRENSA, INTERNET

Difusión: NACIONAL **Idioma:** Castellano

Población a la que se dirige: General

MINISTERIO DE FOMENTO

RENFE-OPERADORA

IMPULSA

Objetivo: INFORMACIÓN A LOS CLIENTES SOBRE ALTERACIONES QUE PUEDAN PRODUCIRSE EN EL SERVICIO POR LAS OBRAS QUE SE LLEVEN A CABO EN LA INFRAESTRUCTURA FERROVIARIA.

Coste total: 1.000.000 **Periodo de ejecución:** De 1 enero a 31 diciembre 2010

SopORTE: RADIO, PRENSA, INTERNET

Difusión: NACIONAL **Idioma:** Castellano

Población a la que se dirige: Clientes actuales y potenciales

RENFE-OPERADORA

INICIATIVAS COMERCIALES AV LARGA DISTANCIA

Objetivo: PROPICIAR LA APARICIÓN DE NUEVOS CLIENTES EN ESTE SEGMENTO DE MERCADO. REFORZAR LOS VÍNCULOS DE LOS CLIENTES ACTUALES Y AFIANZAR SU OPCIÓN POR EL TREN PARA LOS DESPLAZAMIENTOS DE LARGA DISTANCIA, ASÍ COMO INCENTIVAR LA APARICIÓN DE NUEVOS CLIENTES QUE ACCEDAN A CONOCER LOS SERVICIOS DE RENFE AV-LARGA DISTANCIA.

Coste total: 2.900.000 **Periodo de ejecución:** De 1 enero a 31 diciembre 2010

SopORTE: TELEVISIÓN, RADIO, PRENSA, INTERNET, EXTERIOR

Difusión: NACIONAL **Idioma:** Castellano

Población a la que se dirige: Clientes actuales y potenciales

Medidas accesibilidad: Subtitulación

RENFE-OPERADORA

INICIATIVAS COMERCIALES CERCANÍAS Y MEDIA DISTANCIA

Objetivo: FORTALECER EL GRADO DE FIDELIDAD DE LOS CLIENTES ACTUALES Y AFIANZAR SU OPCIÓN POR LOS SERVICIOS FERROVIARIOS PARA TRANSPORTE URBANO E INCENTIVAR LA APARICIÓN DE NUEVOS CONSUMIDORES QUE ACCEDAN A CONOCER EL SERVICIO PRESTADO POR RENFE CERCANÍAS Y MEDIA DISTANCIA.

Coste total: 770.000 **Periodo de ejecución:** De 1 enero a 31 diciembre 2010

SopORTE: TELEVISIÓN, RADIO, PRENSA, INTERNET, EXTERIOR

Difusión: NACIONAL **Idioma:** Castellano

Población a la que se dirige: Clientes actuales y potenciales

Medidas accesibilidad: Subtitulación

MINISTERIO DE FOMENTO
SOCIEDAD ESTATAL CORREOS Y TELÉGRAFOS, S.A.
(Grupo Patrimonio)

EL MAILING FÍSICO COMO MEDIO PUBLICITARIO

Objetivo: DAR A CONOCER A LAS PYMES LAS VENTAJAS DE LA UTILIZACIÓN DEL MAILING FÍSICO COMO MEDIO EFICIENTE DE HACER LLEGAR LA OFERTA DE SUS PRODUCTOS A LOS POTENCIALES CLIENTES. INCREMENTO DE LAS VENTAS DEL PRODUCTO PUBLICORREO.

Coste total: 276.000 **Periodo de ejecución:** De 1 enero a 31 diciembre 2010

Soporte: MARKETING

Difusión: NACIONAL **Idioma:** Castellano

Población a la que se dirige: 30.000 Pymes

MINISTERIO DE INDUSTRIA, TURISMO Y COMERCIO
INSTITUTO DE TURISMO DE ESPAÑA (TURESPAÑA)

PLAN DE PROMOCIÓN INTERNACIONAL DE ESPAÑA COMO DESTINO TURÍSTICO

Objetivo: CAMPAÑA DE PROMOCIÓN INTERNACIONAL DE ESPAÑA COMO DESTINO TURÍSTICO EN LOS 33 PAÍSES EN LOS QUE TURESPAÑA TIENE OFICINAS DE TURISMO, AL OBJETO DE ESTAR PRESENTES EN LA MENTE DEL CONSUMIDOR FINAL.

Coste total: 46.000.000 **Periodo de ejecución:** De 1 enero a 31 diciembre 2010

Soporte: TELEVISIÓN, RADIO, PRENSA, REVISTAS, INTERNET, EXTERIOR

Difusión: INTERNACIONAL **Idioma:** El propio de cada país

Población a la que se dirige: Nacionales de los países donde Turespaña tiene oficinas

Medidas accesibilidad: Subtitulación

PARADORES DE TURISMO, S.A. (Grupo Patrimonio)

PARADORES COMO SIEMPRE, HOTELES COMO NUNCA

Objetivo: COMUNICAR LA DIVERSIDAD Y SINGULARIDAD DE LA OFERTA DE PARADORES DESTINADA A CLIENTE PARTICULAR Y EMPRESAS.

Coste total: 3.200.000 **Periodo de ejecución:** De 1 enero a 31 diciembre 2010

Soporte: TELEVISIÓN, RADIO, PRENSA, INTERNET, EXTERIOR

Difusión: NACIONAL **Idioma:** Castellano

Población a la que se dirige: General

Medidas accesibilidad: Subtitulación

MINISTERIO DE INDUSTRIA, TURISMO Y COMERCIO
RED.ES

CAMPAÑA DE DIFUSIÓN DEL DOMINIO .ES

Objetivo: IMPULSAR LA IDENTIDAD DIGITAL A TRAVÉS DE LOS DOMINIOS .ES.

Coste total: 1.500.000 **Periodo de ejecución:** De 1 enero a 31 diciembre 2010

Soporte: REVISTAS, INTERNET

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

Población a la que se dirige: General

MINISTERIO DE MEDIO AMBIENTE, Y MEDIO RURAL Y MARINO

ENTIDAD ESTATAL DE SEGUROS AGRARIOS (ENESA)

ENESA INFORMA

Objetivo: DAR A CONOCER LAS DIFERENTES LÍNEAS DE SEGURO, ESPECIALMENTE A TODOS LOS AGRICULTORES, GANADEROS, ACUICULTORES Y PROPIETARIOS DE EXPLOTACIONES FORESTALES, CON EL FIN DE INFORMAR DE LOS RIESGOS ASEGURABLES Y PERIODOS DE SUSCRIPCIÓN DE LAS PRINCIPALES LÍNEAS DE SEGUROS AGRARIOS COMO PROTECCIÓN ANTE ADVERSIDADES.

Coste total: 197.580 **Periodo de ejecución:** De 1 enero a 31 diciembre 2010

Soporte: REVISTAS

Difusión: NACIONAL **Idioma:** Castellano

Población a la que se dirige: General, Empresarios

ENTIDAD ESTATAL DE SEGUROS AGRARIOS (ENESA)

SEGUROS AGRARIOS

Objetivo: DIVULGAR Y PROMOCIONAR EL SISTEMA DE SEGUROS AGRARIOS Y LAS DISTINTAS LÍNEAS DE SEGURO INCLUIDAS EN EL PLAN DE SEGUROS VIGENTE, ESPECIALMENTE A TODOS LOS AGRICULTORES, GANADEROS, ACUICULTORES Y PROPIETARIOS DE EXPLOTACIONES FORESTALES CON EL FIN DE INFORMAR DE LAS PRODUCCIONES ASEGURABLES Y DE LAS NOVEDADES DEL PLAN, ASÍ COMO DE LA CONVENIENCIA EN LA CONTRATACIÓN DE LOS SEGUROS AGRARIOS COMO PROTECCIÓN ANTE ADVERSIDADES CLIMÁTICAS.

Coste total: 509.658 **Periodo de ejecución:** De 1 enero a 31 diciembre 2010

Soporte: TELEVISIÓN, RADIO, PRENSA, INTERNET, OTRAS HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN (MATERIAL GRÁFICO)

Difusión: NACIONAL **Idioma:** Castellano

Población a la que se dirige: General, Empresarios

Medidas accesibilidad: Subtitulación

MINISTERIO DE CULTURA

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

**CAMPAÑA DE PROMOCIÓN DE LAS ARTES ESCÉNICAS Y DE LA
PROGRAMACIÓN DE LOS CENTROS ARTÍSTICOS DEL INAEM**

Objetivo: PROMOCIÓN DE LAS ARTES ESCÉNICAS Y DIFUSIÓN DE LAS PROGRAMACIONES DE LOS CENTROS ARTÍSTICOS ENTRE LOS CIUDADANOS.

Coste total: 2.999.915 **Periodo de ejecución:** De 1 enero a 31 diciembre 2010

Soporte: RADIO, PRENSA, INTERNET, EXTERIOR

Difusión: NACIONAL **Idioma:** Castellano

Población a la que se dirige: General

Medidas accesibilidad: Subtitulación