

Relación de campañas institucionales de contratación anticipada 2022

MINISTERIO DEL INTERIOR

JEFATURA CENTRAL DE TRÁFICO-DGT

CAMPAÑA PARA LA DIVULGACIÓN DE LA SEGURIDAD VIAL

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

Ejecución: Plurianual

Período de ejecución: Del 1 de mayo de 2022 al 30 de abril de 2023

Coste: 9.952.000

Coste Plurianual: 9.952.000

Aplicación Presupuestaria: Concepto 640

Soporte: Televisión, radio, prensa, Internet, exterior, cine y otras herramientas de comunicación

Difusión: Nacional

Idioma: Castellano

Evaluación: Postest

Población objetivo de la campaña: General, infantil/juvenil, tercera edad, trabajadores y cualquier población que tenga relación con la seguridad vial

Medidas accesibilidad: Subtitulación

MINISTERIO DE AGRICULTURA, PESCA Y ALIMENTACIÓN

DIRECCIÓN GENERAL DE DESARROLLO RURAL, INNOVACIÓN Y FORMACIÓN AGROALIMENTARIA

PRESENCIA INSTITUCIONAL DE CAMINOS NATURALES EN FERIAS DE ÁMBITO NACIONAL

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

Ejecución: Anual

Período de ejecución: Del 1 de enero al 31 de diciembre de 2022

Coste: 207.922

Aplicación Presupuestaria: Concepto 641

Soporte: Otras herramientas de comunicación (eventos)

Difusión: Nacional

Idioma: Castellano

Población objetivo de la campaña: General

MINISTERIO DE AGRICULTURA, PESCA Y ALIMENTACIÓN

DIRECCIÓN GENERAL DE DESARROLLO RURAL, INNOVACIÓN Y FORMACIÓN AGROALIMENTARIA

CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN SOBRE EL VALOR DE LA POLÍTICA AGRÍCOLA COMÚN PARA LA SOCIEDAD

Objetivo y sentido: REMARCAR A LA CIUDADANÍA QUE, GRACIAS A LA PAC, PUEDE DISFRUTAR DE UNA GRAN VARIEDAD DE ALIMENTOS, FÁCILMENTE ACCESIBLES, SANOS, SEGUROS Y NUTRITIVOS, LA IMPORTANCIA QUE TIENE PARA ASEGURAR EL ABASTECIMIENTO ALIMENTARIO, PARA GENERAR BUENAS CONDICIONES DE EMPLEO Y DE VIDA EN EL ÁMBITO RURAL Y PARA CONTRIBUIR A LA SOSTENIBILIDAD MEDIOAMBIENTAL.

Ejecución: Anual **Período de ejecución:** Del 1 de enero al 31 de diciembre de 2022

Coste: 2.500.000

Aplicación Presupuestaria: Concepto 640

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

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

Población objetivo de la campaña: General

Medidas accesibilidad: Subtitulación

FONDO ESPAÑOL DE GARANTÍA AGRARIA (FEGA)

AYUDAS DE LA POLÍTICA AGRÍCOLA COMÚN (PAC) 2022

Objetivo y sentido: DAR A CONOCER A AGRICULTORES, GANADEROS Y PÚBLICO EN GENERAL LA FECHA DE SOLICITUD DE LAS AYUDAS DE LA PAC, ASÍ COMO LA FINALIDAD DE LA APLICACIÓN DE ESTA POLÍTICA.

Ejecución: Anual **Período de ejecución:** Del 1 de febrero al 30 de abril de 2022

Coste: 300.000

Aplicación Presupuestaria: Subconcepto 226.02

Soporte: Televisión, radio, prensa, revistas e Internet

Difusión: Nacional **Idioma:** Castellano

Población objetivo de la campaña: General, agricultores y ganaderos

Medidas accesibilidad: Subtitulación

ENTIDAD ESTATAL DE SEGUROS AGRARIOS (ENESA)

PLAN DE SEGUROS AGRARIOS COMBINADOS

Objetivo y sentido: DIVULGAR Y PROMOCIONAR EL SISTEMA DE SEGUROS AGRARIOS. DESTINADO A AGRICULTORES, GANADEROS, ACUICULTORES Y PROPIETARIOS FORESTALES. INFORMAR DEL PLAN ANUAL DE SEGUROS AGRARIOS, PRODUCCIONES Y RIESGOS ASEGURABLES, ASÍ COMO DE LAS SUBVENCIONES CONCEDIDAS POR EL MAPA. FOMENTAR LA CONVENIENCIA DE CONTRATAR UN SEGURO AGRARIO.

Ejecución: Anual **Período de ejecución:** Del 1 de enero al 5 de noviembre de 2022

Coste: 395.850

Aplicación Presupuestaria: Subconcepto 226.02

Soporte: Televisión, radio, prensa e Internet

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

Población objetivo de la campaña: Sector agrícola

MINISTERIO PARA LA TRANSICIÓN ECOLÓGICA Y EL RETO DEMOGRÁFICO

CONFEDERACIÓN HIDROGRÁFICA DEL GUADALQUIVIR

95 ANIVERSARIO DE LA CONFEDERACIÓN HIDROGRÁFICA DEL GUADALQUIVIR

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

Ejecución: Anual

Período de ejecución: Del 1 de enero al 31 de diciembre de 2022

Coste: 100.000

Aplicación Presupuestaria: Subconcepto 226.02

Soporte: Televisión, radio, prensa, internet y exterior

Difusión: Regional **Idioma:** Castellano

Población objetivo de la campaña: General

MINISTERIO DE ASUNTOS ECONÓMICOS Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL

INSTITUTO NACIONAL DE CIBERSEGURIDAD DE ESPAÑA, S.A.

DIFUSIÓN DE SERVICIOS PÚBLICOS Y CONCIENCIACIÓN EN CIBERSEGURIDAD PARA CIUDADANOS Y EMPRESAS 2022

Objetivo y sentido: IMPULSAR EL IMPACTO DE DETERMINADAS ACTUACIONES Y SERVICIOS PÚBLICOS EN MATERIA DE CIBERSEGURIDAD, PARA LLEGAR A UNA MAYOR PROPORCIÓN DE PÚBLICO CIUDADANO Y EMPRESARIAL, CON ESPECIAL ATENCIÓN SE DESTINARÁN AL COLECTIVO DE FAMILIAS Y MENORES DE EDAD.

Ejecución: Anual

Período de ejecución: Del 1 de enero al 31 de diciembre de 2022

Coste: 22.918.750

Aplicación Presupuestaria: Sociedad mercantil estatal. Su presupuesto no se ajusta a la clasificación económica de los PGE

Soporte: Televisión, radio, prensa, revistas, Internet, exterior y marketing postal, telefónico y viral

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

Evaluación: Postest

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

Medidas accesibilidad: Subtitulación

MINISTERIO DE IGUALDAD

SECRETARÍA DE ESTADO DE IGUALDAD Y CONTRA LA VIOLENCIA DE GÉNERO DELEGACIÓN DEL GOBIERNO CONTRA LA VIOLENCIA DE GÉNERO

CONCIENCIACIÓN SOCIAL CONTRA LAS DISTINTAS FORMAS DE VIOLENCIA CONTRA LAS MUJERES

Objetivo y sentido: CONCIENCIAR A LA CIUDADANÍA Y ALERTAR DE LA NECESIDAD DE NO BAJAR LA GUARDIA CONTRA LA VIOLENCIA CONTRA LAS MUJERES

Ejecución: Plurianual

Período de ejecución: Del 28 de febrero de 2022 al 30 de abril de 2023

Coste: 7.000.000

Coste Plurianual: 7.000.000

Aplicación Presupuestaria: Concepto 640

Soporte: Televisión, radio, prensa, Internet, exterior, marketing viral y otras herramientas

Difusión: Nacional

Idioma: Castellano, catalán, euskera, gallego, valenciano e inglés

Evaluación: Pretest y Postest

Población objetivo de la campaña: General

Medidas accesibilidad: Subtitulación