



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE LA PRESIDENCIA, JUSTICIA
Y RELACIONES CON LAS CORTES

Comisión de Publicidad y
Comunicación Institucional

INFORME 2025

de Publicidad y Comunicación institucional

Índice

I. Introducción	3
II. Datos principales y distribución por ministerios	7
III. Distribución por objetivos legales	9
Distribución por objetivos: número de campañas	9
Distribución por objetivos: inversión	10
IV. Ranking de campañas	11
V. Medios de difusión: distribución e inversión	12
Distribución de los medios de difusión según el número de campañas en que han sido empleados	12
Distribución de los medios de difusión por ministerios según el número de campañas en que han sido empleados.....	13
Inversión realizada en cada uno de los medios de difusión.....	14
Inversión por Ministerio.....	15
Porcentaje de inversión por medio sobre el total del ministerio	16
Porcentaje de inversión por ministerio sobre el total del medio	16
VI. Difusión y población a la que se dirigen las campañas	17
Difusión territorial de las campañas de publicidad institucional	17
VII. La publicidad institucional en los Presupuestos Generales del Estado	18
VIII. Principales magnitudes y su evolución	20
VIII.1 Comparativa con las previsiones del Plan de Publicidad Institucional 2025	20
Comparativa número de campañas Plan 2025-Informe 2025	21
Comparativa presupuesto Plan 2025-Informe 2025.....	22
Campañas previstas en el Plan 2025 que no se han realizado.....	23
Campañas sobrevenidas no incluidas en el Plan 2025.....	24
Campañas previstas en el Plan 2025 que se han realizado.....	25
Comparativa objetivos. Campañas institucionales Plan 2025-Informe 2025	29
Comparativa campañas planificadas por más de dos millones de euros. Plan 2025-Informe 2025	30
Comparativa de medios de difusión. Plan 2025-Informe 2025	31
VIII.2 Comparativa Informes de Publicidad y Comunicación Institucional 2024-2025	32
Comparativa número de campañas Informes 2024-2025	33
Comparativa inversión Informes 2024-2025.....	33
Comparativa objetivos: porcentaje de inversión Informes 2024-2025	34
Comparativa desglose de la inversión publicitaria Informes 2024-2025.....	34
Comparativa número de campañas de más de un millón de euros. Informes 2024-2025.....	35
Comparativa inversión en medios de difusión Informes 2024-2025 en miles de euros.....	35
IX. Conclusiones	36

Campañas comerciales no sujetas a la Ley 29/2005.....	37
Anexo I. Campañas institucionales por ministerio y centro directivo/organismo.....	39
Anexo II. Campañas institucionales por ministerio y coste	42
Anexo III. Relación de campañas institucionales 2025	47
Ministerio de la Presidencia, Justicia y Relaciones con las Cortes.....	47
Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación.....	53
Ministerio de Hacienda	58
Ministerio del Interior	59
Ministerio de Transportes y Movilidad Sostenible	61
Ministerio de Educación, Formación Profesional y Deportes.....	65
Ministerio de Trabajo y Economía Social	67
Ministerio de Industria y Turismo	70
Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación	72
Ministerio de Política Territorial y Memoria Democrática	79
Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico	81
Ministerio de Vivienda y Agenda Urbana	111
Ministerio de Cultura	113
Ministerio de Economía, Comercio y Empresa	122
Ministerio de Sanidad	123
Ministerio de Derechos Sociales, Consumo y Agenda 2030	131
Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades	137
Ministerio de Igualdad	140
Ministerio de Inclusión, Seguridad Social y Migraciones	149
Ministerio para la Transformación Digital y de la Función Pública.....	150
Anexo IV. Desglose de la inversión publicitaria	153
Inversión por soportes y medios.....	153
Inversión por grupos	162
Inversión por Ministerios	171

I. Introducción

La **Comisión de Publicidad y Comunicación Institucional**, órgano colegiado adscrito a la Secretaría de Estado de Comunicación de Presidencia del Gobierno, tiene atribuida por Real Decreto 947/2006, de 28 de agosto, la planificación, asistencia técnica, evaluación y coordinación de las actividades de publicidad y comunicación que lleve a cabo la Administración General del Estado (AGE) y las demás entidades integrantes del sector público estatal.

La **Ley 29/2005**, de 29 de diciembre, de Publicidad y Comunicación Institucional en su **artículo catorce** establece que el Gobierno **elaborará anualmente un informe** en el que se incluirán todas las campañas institucionales, según establece esta Ley. Este informe se remitirá a las Cortes Generales en el primer periodo de sesiones de cada año y será puesto a disposición de todas las organizaciones profesionales del sector.

En el ámbito de la publicidad institucional es de aplicación, **desde el 8 de agosto de 2025**, el Reglamento (UE) 2024/1083 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 11 de abril de 2024, por el que se establece un marco común para los servicios de medios de comunicación en el mercado interior y se modifica la Directiva 2010/13/UE (Reglamento Europeo sobre la Libertad de los Medios de Comunicación). De conformidad con la nueva normativa europea, el informe correspondiente al año 2025 debe incluir la información sobre el gasto de la Administración General del Estado en publicidad institucional en los términos previstos en el artículo 25 del Reglamento Europeo sobre la Libertad de los Medios de Comunicación.

El artículo 25.2 del Reglamento Europeo sobre la Libertad de los Medios de Comunicación dispone: “2. Las autoridades o entidades públicas harán pública anualmente, por medios electrónicos y fáciles de usar, información sobre su gasto público en publicidad estatal. Dicha información incluirá al menos lo siguiente:

- a) las denominaciones legales de los prestadores de servicios de medios de comunicación o de los prestadores de plataformas en línea de los que se hayan adquirido servicios;
- b) cuando proceda, las denominaciones legales de los grupos empresariales de los que formen parte dichos prestadores de servicios de medios de comunicación o prestadores de plataformas en línea a que se refiere la letra a), y
- c) el importe total anual del gasto, y los importes anuales del gasto respecto de cada prestador de servicios de medios de comunicación o prestador de una plataforma en línea.”

En el Anexo III del presente informe **además de la información preceptiva** por la Ley 29/2005, y el artículo 25 del Reglamento Europeo sobre la Libertad de los Medios de Comunicación, **se refleja en cada campaña de carácter institucional**, información relativa a la difusión en medios, las características de cada campaña: idioma en el que han sido difundidas, capítulo

La Ley 29/2005, de 29 de diciembre, de Publicidad y Comunicación Institucional dispone que el Gobierno elaborará anualmente un informe de publicidad y comunicación institucional

Desde el 8 de agosto de 2025, es de aplicación el Reglamento (UE) 2024/1083 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 11 de abril de 2024

Este informe recoge los datos de inversión de las campañas institucionales promovidas por la AGE según se establece en el artículo 14 de la citada Ley así como la información que el artículo 25.2 del Reglamento Europeo sobre la Libertad de los Medios de Comunicación establece que debe incluirse.

presupuestario al que se imputa cada iniciativa de publicidad y comunicación institucional, organismos y entidades afectadas, objetivo y sentido de los mensajes, destinatarios de las campañas, periodo de emisión, tipo de evaluación efectuada, así como las medidas adoptadas para garantizar la accesibilidad de las personas con discapacidad.

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

A este respecto, en su artículo segundo, **la Ley define como campaña institucional de publicidad**, toda actividad orientada y ordenada a la difusión de un mensaje u objetivo común, dirigida a una pluralidad de destinatarios, que utilice un soporte publicitario pagado o cedido y sea promovida o contratada por alguno de los sujetos enunciados en su artículo primero. **Y como campaña institucional de comunicación**, la que, utilizando formas de comunicación distintas de las estrictamente publicitarias, sea contratada por alguno de los sujetos enunciados en el artículo primero para difundir un mensaje u objetivo común a una pluralidad de destinatarios.

En su artículo tercero punto 2, la Ley de Publicidad y Comunicación Institucional **establece que sólo se podrán realizar campañas institucionales** cuando concurren razones de interés público y en el ejercicio de sus competencias que contribuyan a fomentar la igualdad entre hombres y mujeres respetando la diversidad social y cultural presente en la sociedad; y se ajustarán siempre a las exigencias derivadas de los principios de interés general, lealtad institucional, veracidad, transparencia, eficacia, responsabilidad, eficiencia y austeridad en el gasto. En este mismo sentido, el artículo 3.1 enumera los objetivos que deben tener este tipo de campañas, estableciendo que sólo se podrán promover o contratar campañas institucionales de publicidad y de comunicación cuando tengan alguno de los objetivos recogidos en la Ley.

Por otro lado, **en su artículo cuarto, la Ley prohíbe expresamente** aquellas campañas institucionales que tengan como finalidad destacar los logros de gestión o los objetivos alcanzados; que incluyan mensajes discriminatorios, sexistas o contrarios a los principios, valores y derechos constitucionales; y que inciten, de forma directa o indirecta, a la violencia o a comportamientos contrarios al ordenamiento jurídico. Asimismo, los mensajes o la presentación de las campañas institucionales de publicidad y de comunicación no podrán inducir a confusión con los símbolos, ideas, expresiones, diseños o imágenes empleados por cualquier formación política u organización social; y, de igual manera, no se podrán difundir campañas institucionales que no se identifiquen claramente como tales y que no incluyan la mención expresa de la Administración o entidad promotora o contratante.

La Ley 29/2005 no se aplica a las campañas de carácter industrial, comercial o mercantil que hayan llevado a cabo los departamentos ministeriales de la AGE y demás entidades integrantes del sector público estatal para el cumplimiento de sus fines

El artículo 4 de la Ley 29/2005 enumera los supuestos en los que se prohíbe promover o contratar campañas institucionales

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

La Ley 29/2005, en su preámbulo, contempla como objetivos prioritarios garantizar la **utilidad pública** de las campañas institucionales, la **profesionalización**, la **transparencia** y la **lealtad institucional**. De esta forma, el **artículo séptimo** establece **garantías** concretas para asegurar que las campañas institucionales sean efectivamente **útiles** a los ciudadanos y no al gobierno que las promueve. Respecto a la **lealtad institucional**, la Ley prohíbe las campañas que menoscaben, obstaculicen o perturben las políticas públicas o cualquier actuación legítimamente realizada por otro poder público en el ejercicio de sus competencias; garantiza la **profesionalización** de la planificación, ejecución y evaluación de las campañas para así asegurar la máxima eficacia y aprovechamiento de los recursos públicos; y, por último, para fortalecer la **transparencia** de las campañas habilita fórmulas que den a conocer todas las actividades de publicidad y de comunicación, incorporando instrumentos de control previo y encomendando a la Comisión de Publicidad y Comunicación Institucional la elaboración de un Plan anual, que es aprobado por el Consejo de Ministros, y en el que se incluyen todas las campañas institucionales que prevea desarrollar la AGE. En este mismo sentido, y en el marco de las referidas funciones de evaluación y transparencia, la Ley 29/2005 obliga al Gobierno y encomienda a la Comisión de Publicidad y Comunicación Institucional la elaboración anual de un informe en el que se han de incluir las campañas institucionales llevadas a cabo el año anterior.

De acuerdo con el referido mandato legal y las nuevas disposiciones relativas a la publicidad institucional establecidas en el Reglamento (UE) 2024/1083 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 11 de abril de 2024, se presenta el **vigésimo Informe Anual de Publicidad y Comunicación Institucional** desde la publicación de la Ley 29/2005. En él se recogen todas las campañas institucionales de publicidad ejecutadas durante el año 2025, con los datos aportados por todos los ministerios, sus organismos y entidades dependientes.

En el ámbito de la Administración General del Estado y sus organismos vinculados y dependientes, como regla general, la adquisición de espacios en medios de comunicación para la difusión de campañas de publicidad institucional se articula a través de contratos basados en un Acuerdo Marco para la prestación de los servicios de compra de espacios en medios de comunicación y demás soportes publicitarios para la difusión de las campañas de publicidad institucional (actualmente el Acuerdo Marco 50/2023).

El Acuerdo Marco 50/2023 entró en vigor el 19 de diciembre de 2023. El anuncio de formalización del contrato fue publicado en el BOE el día 4 de enero de 2024. Está dividido en dos lotes. El lote 1 “Servicios de compra de espacios publicitarios de aquellas campañas que incluyan difusión en el medio televisión” y el lote 2 “Servicios de compra de espacios publicitarios de aquellas campañas que no incluyan difusión en el medio televisión”.

La contratación centralizada afecta a los entes, entidades y organismos a los que hace referencia el artículo 229 y, en su caso, a aquellos que se hayan adherido al amparo del artículo 229.3 de

En el ámbito de la Administración General del Estado y sus organismos vinculados y dependientes, como regla general, la adquisición de espacios en medios de comunicación para la difusión de campañas de publicidad institucional se articula a través de contratos basados en un Acuerdo Marco (actualmente el Acuerdo Marco 50/2023)

la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público, por la que se trasponen al ordenamiento jurídico español las Directivas del Parlamento Europeo y del Consejo 2014/23/UE y 2014/24/UE, de 26 de febrero de 2014. Se excluye de su aplicación a las campañas de carácter industrial, comercial o mercantil, los servicios de creatividad, las de difusión internacional, los patrocinios de eventos de carácter privado y aquellas campañas institucionales cuyas características puedan tener la consideración de contrato menor.

Las agencias de medios elaboran un planteamiento estratégico en función de los objetivos que se pretenden alcanzar para conseguir la máxima cobertura, frecuencia, rentabilidad y notoriedad entre el público al que van dirigidas.

La inversión final que los medios de comunicación y otros soportes reciben para la difusión de las campañas institucionales **deriva de los precios y descuentos que medios y agencias intermediarias pacten en su relación privada, como terceros ajenos a la Administración.**

El **Anexo III** recoge el detalle de la inversión por soporte y medio correspondiente a cada una de las campañas ejecutadas por los distintos ministerios. Por su parte, el **Anexo IV** presenta la consolidación de la inversión total desde tres perspectivas de análisis: la inversión realizada en cada soporte y medio para el conjunto de las campañas institucionales; la distribución agregada por grupos mediáticos; y la consolidación de la inversión por grupo mediático y ministerio. Asimismo, se incluye el detalle de los soportes que integran cada uno de los grupos mediáticos analizados.

Los servicios de evaluación ex post de la eficacia de las campañas de publicidad institucional de la Administración General del Estado y demás entidades del sector público estatal incluidas en el ámbito de la Ley 29/2005, de Publicidad y Comunicación Institucional, cuya difusión se desarrolle dentro del territorio nacional, **también se encuentran centralizados desde 2015.**

Quedan excluidas del ámbito de aplicación del contrato la evaluación de las campañas de publicidad institucional realizadas mediante un contrato menor, las que tengan una difusión internacional, las destinadas a informar en procesos electorales, las que su difusión no se realice por ninguno de los medios televisión, radio, medios gráficos, digital, exterior o cine, aquellas cuya evaluación sea preceptiva y deba adecuarse a determinadas condiciones, de conformidad con la normativa específica de la UE y, asimismo, las evaluaciones previas (pre-test).

Desde agosto de 2021 hasta el 31 de julio de 2025 este contrato centralizado ha estado adjudicado a la empresa Memorándum Multimedia, S.L. En 2025 se han evaluado mediante contrato centralizado de evaluación, cinco campañas de publicidad institucional, alguna en dos de sus oleadas. Otras tres campañas han sido evaluadas al margen del citado contrato centralizado una vez finalizada su vigencia. Uno de los informes de evaluación se ha realizado mediante la metodología CAPI -*Computer-Assisted Personal Interviewing*- y el resto mediante la metodología CAWI -*Computer-Assisted Web Interviewing*-.

Las agencias de medios adjudicatarias elaboran un planteamiento estratégico en función de los objetivos que se pretenden alcanzar para conseguir la máxima cobertura, frecuencia, rentabilidad y notoriedad entre el público al que van dirigidas.

El Anexo III recoge el detalle de la inversión por soporte y medio correspondiente a cada una de las campañas ejecutadas por los distintos ministerios.

El Anexo IV presenta la consolidación de la inversión total desde tres perspectivas de análisis: la inversión realizada en cada soporte y medio; la distribución agregada por grupos mediáticos; y la inversión por grupo mediático y ministerio.

II. Datos principales y distribución por ministerios

La Administración General del Estado y las demás integrantes del sector público estatal han llevado a cabo durante el año 2025 un total de **120** campañas de publicidad o iniciativas de comunicación institucionales, con un coste total de **88.078.848** euros.

El ministerio que ha ejecutado el mayor número de campañas ha sido Transición Ecológica y el Reto Demográfico con 40. A continuación se sitúa Cultura con 11 campañas y Sanidad con 8 campañas.

En cuanto a mayor inversión realizada, destacan los ministerios que a continuación se relacionan:

- Igualdad con el 13,49% (11.885.646 euros)
- Cultura con el 9,11% (8.028.015 euros)
- Agricultura, Pesca y Alimentación con el 9,05% (7.973.161 euros).

En 2025 se han realizado 120 campañas de publicidad institucional con una inversión total de 88,07 millones de euros

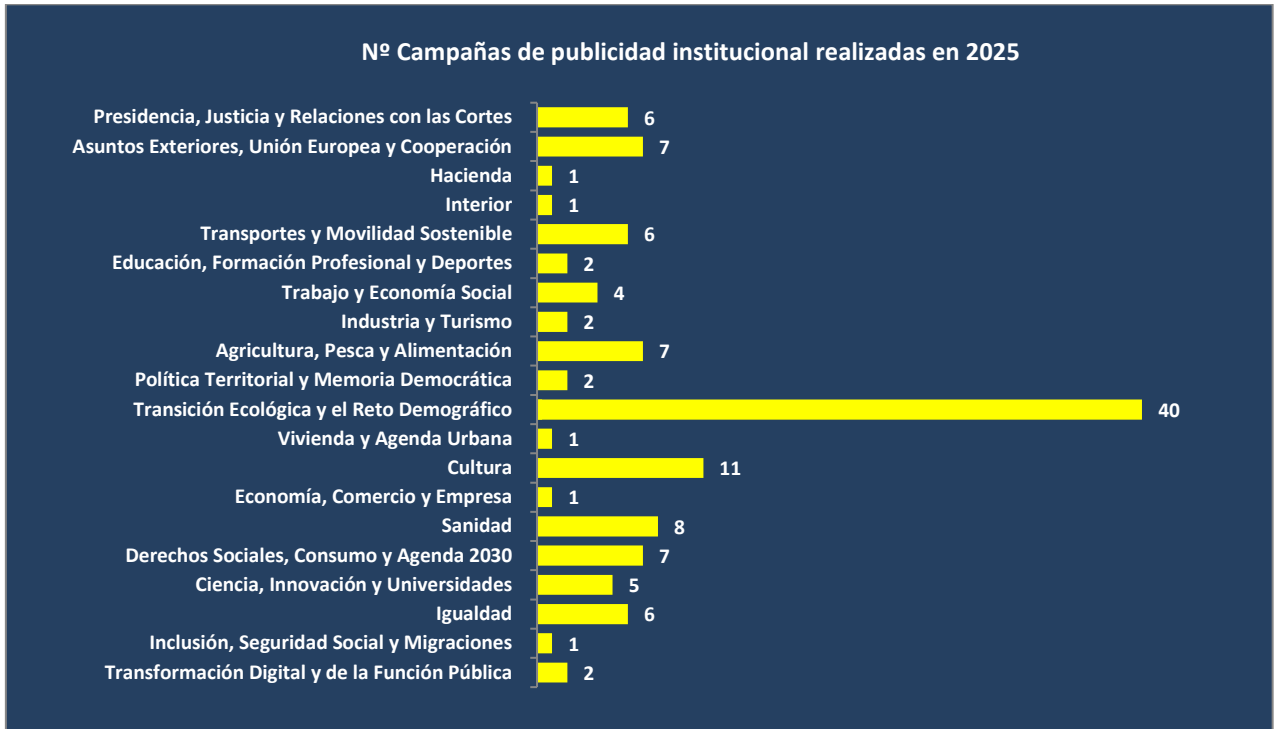
Transición Ecológica y el Reto Demográfico ocupa el primer puesto en cuanto a número de campañas, pero es Igualdad el que realiza mayor inversión

Inversión y número de campañas por Ministerio

(Cuadro 2.1)

Ministerio	Campañas Institucionales			
	Nº Campañas	%	Presupuesto	%
Presidencia, Justicia y Relaciones con las Cortes	6	5,00%	3.275.263	3,72%
Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación	7	5,83%	97.303	0,11%
Hacienda	1	0,83%	7.190.017	8,16%
Interior	1	0,83%	5.873.105	6,67%
Transportes y Movilidad Sostenible	6	5,00%	2.586.443	2,94%
Educación, Formación Profesional y Deportes	2	1,67%	1.967.578	2,23%
Trabajo y Economía Social	4	3,33%	979.596	1,11%
Industria y Turismo	2	1,67%	1.404.429	1,59%
Agricultura, Pesca y Alimentación	7	5,83%	7.973.161	9,05%
Política Territorial y Memoria Democrática	2	1,67%	7.058.494	8,01%
Transición Ecológica y el Reto Demográfico	40	33,33%	6.301.495	7,15%
Vivienda y Agenda Urbana	1	0,83%	3.150.318	3,58%
Cultura	11	9,17%	8.028.015	9,11%
Economía, Comercio y Empresa	1	0,83%	1.912.370	2,17%
Sanidad	8	6,67%	4.312.785	4,90%
Derechos Sociales, Consumo y Agenda 2030	7	5,83%	5.423.230	6,16%
Ciencia, Innovación y Universidades	5	4,17%	860.582	0,98%
Igualdad	6	5,00%	11.885.646	13,49%
Inclusión, Seguridad Social y Migraciones	1	0,83%	1.827.922	2,08%
Transformación Digital y de la Función Pública	2	1,67%	5.971.097	6,78%
TOTAL	120	100,00%	88.078.848	100,00%

Número de campañas:120



Inversión Total: 88.078.848 euros



III. Distribución por objetivos legales

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 institucionales.

En 2025 el objetivo J: **“comunicar programas y actuaciones públicas de relevancia e interés social”**, ha sido el que aparece en mayor número de campañas (47) para difundir programas de ayudas; servicios públicos de dependencia; ahorro y eficiencia energética; información en materia de transporte, etc.

El siguiente objetivo más buscado en las campañas (29), ha sido el objetivo G: **“anunciar medidas preventivas de riesgos o que contribuyan a la eliminación de daños de cualquier naturaleza para la salud de las personas o el patrimonio natural”**, que se recoge en campañas orientadas a la prevención en materia sanitaria; evidencia científica; riesgos en los videojuegos; seguridad vial; concienciación sobre el cambio climático; protección de la naturaleza; uso prudente de los antibióticos; promover comportamientos seguros; y el consumo de productos no falsificados.

En tercer lugar (20) se sitúa el objetivo B: **“informar sobre derechos y obligaciones legales, de aspectos relevantes del funcionamiento de las instituciones públicas y de las condiciones de acceso y uso de los espacios y servicios públicos”** con campañas para sensibilizar sobre las obligaciones fiscales, ciberseguridad, becas, ayudas para recuperación frente a la Dana; apoyo a la I+D+i; ingreso mínimo vital, etc.

Los objetivos J: comunicar programas y actuaciones públicas...”, G: anunciar medidas preventivas de riesgos...”, y B: informar sobre derechos y obligaciones...” por este orden, han destacado por ser los utilizados en un mayor número de campañas.

Distribución por objetivos: número de campañas (Cuadro 3.1)

Objetivo	Número de Campañas	Porcentaje
A. Promover la difusión y conocimiento de los valores y principios constitucionales	11	9%
B. Informar sobre derechos y obligaciones legales, de aspectos relevantes del funcionamiento de las instituciones públicas y de las condiciones de acceso y uso de los espacios y servicios públicos	20	17%
C. Informar a los ciudadanos sobre la existencia de procesos electorales y consultas populares	0	0%
D. Difundir el contenido de aquellas disposiciones jurídicas que, por su novedad y repercusión social, requieran medidas complementarias para su conocimiento general	1	1%
E. Difundir ofertas de empleo público que por su importancia e interés así lo aconsejen	3	3%
F. Advertir de la adopción de medidas de orden o seguridad pública cuando afecten a una pluralidad de destinatarios	0	0%
G. Anunciar medidas preventivas de riesgos o que contribuyan a la eliminación de daños de cualquier naturaleza para la salud de las personas o el patrimonio natural	29	24%
H. Apoyar a sectores económicos españoles en el exterior, promover la comercialización de productos españoles y atraer inversiones extranjeras	6	5%
I. Difundir las lenguas y el patrimonio histórico y natural de España	3	3%
J. Comunicar programas y actuaciones públicas de relevancia e interés social	47	39%
Total	120	100%

Distribución por objetivos: inversión

Los objetivos en los que mayor inversión se ha realizado (más de 10 millones de euros) son, en primer lugar con un 27,42% del total el objetivo B: **“Informar sobre derechos y obligaciones legales, de aspectos relevantes del funcionamiento de las instituciones públicas y de las condiciones de acceso y uso de los espacios y servicios públicos”**. Le sigue el objetivo A: **“promover la difusión y conocimiento de los valores y principios constitucionales”** con un 24,17% , en tercer lugar el objetivo J: **“Comunicar programas y actuaciones públicas de relevancia e interés social”**, con un 21,48% y en cuarto lugar el objetivo G: **“Anunciar medidas preventivas de riesgos o que contribuyan a la eliminación de daños de cualquier naturaleza para la salud de las personas o el patrimonio natural”** con un 14,95% de la inversión.

Destacan en cuanto a la inversión efectuada, las campañas que promueven los siguientes objetivos por este orden: “B”, “A”, “J” y “G”.

(Cuadro 3.2)

Ministerio		A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	TOTAL
Presidencia, Justicia y Relaciones con las Cortes	Nº camp.	1	3								2	6
	Inversión	34.364	3.211.127								29.772	3.275.263
Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación	Nº camp.		3			1		1			2	7
	Inversión		88.675			2.428		0			6.200	97.303
Hacienda	Nº camp.		1									1
	Inversión		7.190.017									7.190.017
Interior	Nº camp.							1				1
	Inversión							5.873.105				5.873.105
Transportes y Movilidad Sostenible	Nº camp.		1			1		2			2	6
	Inversión		2.210			25.610		111.619			2.447.004	2.586.443
Educación, FP y Deportes	Nº camp.		2									2
	Inversión		1.967.578									1.967.578
Trabajo y Economía Social	Nº camp.		1								3	4
	Inversión		454.681								524.916	979.596
Industria y Turismo	Nº camp.								1		1	2
	Inversión								18.134		1.386.294	1.404.429
Agricultura, Pesca y Alimentación	Nº camp.	1	1						3	1	1	7
	Inversión	291.899	306.417						6.838.962	200.400	335.484	7.973.161
Política Territorial y Memoria Democrática	Nº camp.	1	1									2
	Inversión	5.602.255	1.456.238									7.058.494
Transición Ecológica y el Reto Demográfico	Nº camp.	1				1		14		2	22	40
	Inversión	12.021				41.959		810.299		267.856	5.169.359	6.301.495
Vivienda y Agenda Urbana	Nº camp.				1							1
	Inversión				3.150.318							3.150.318
Cultura	Nº camp.	1	1					1	2		6	11
	Inversión	3.459.000	113.613					5.000	2.033		4.448.370	8.028.015
Economía, Comercio y Empresa	Nº camp.										1	1
	Inversión										1.912.370	1.912.370
Sanidad	Nº camp.							8				8
	Inversión							4.312.785				4.312.785
Derechos Sociales, Consumo y Agenda 2030	Nº camp.		2					2			3	7
	Inversión		717.504					2.058.071			2.647.656	5.423.230
Ciencia, Innovación y Universidades	Nº camp.		1								4	5
	Inversión		848.059								12.524	860.582
Igualdad	Nº camp.	6										6
	Inversión	11.885.646										11.885.646
Inclusión, Seguridad Social y Migraciones	Nº camp.		1									1
	Inversión		1.827.922									1.827.922
Transformación Digital y de la Función Pública	Nº camp.		2									2
	Inversión		5.971.097									5.971.097
Juventud e Infancia	Nº camp.											0
	Inversión											0
Total	Nº camp.	11	20	0	1	3	0	29	6	3	47	120
	Inversión	21.285.185	24.155.137	0	3.150.318	69.997	0	13.170.879	6.859.129	468.256	18.919.947	88.078.848
	% invers.	24,17%	27,42%	0,00%	3,58%	0,08%	0,00%	14,95%	7,79%	0,53%	21,48%	100,00%
	s/total											

IV. Ranking de campañas

En el año 2025 se han realizado **26 campañas** de publicidad institucional que **superan el millón de euros**.

La suma de la inversión de estas campañas es de **75.879.618 euros**, lo que supone un 86,15% del total.

La campaña “Sensibilización fiscal e información y asistencia a la ciudadanía en el cumplimiento de sus obligaciones fiscales” del Ministerio de Hacienda ha realizado la mayor inversión, con 7.190.017 euros, que equivale a un 8,16% del total invertido en publicidad institucional.

En 2025 veintiséis campañas superan el millón de euros

(Cuadro 4.1)

MINISTERIO	CENTRO DIRECTIVO / ORGANISMO	TITULO CAMPAÑA	COSTE
HACIENDA	AGENCIA ESTATAL DE ADMINISTRACIÓN TRIBUTARIA	SENSIBILIZACIÓN FISCAL E INFORMACIÓN Y ASISTENCIA A LA CIUDADANÍA EN EL CUMPLIMIENTO DE SUS OBLIGACIONES FISCALES	7.190.017
INTERIOR	JEFATURA CENTRAL DE TRÁFICO - DGT	CAMPAÑA PARA LA DIVULGACIÓN DE LA SEGURIDAD VIAL	5.873.105
TRANSFORMACIÓN DIGITAL Y DE LA FUNCIÓN PÚBLICA	INSTITUTO NACIONAL DE CIBERSEGURIDAD DE ESPAÑA, S.A. (INCIBE)	DIFUSIÓN DE SERVICIOS PÚBLICOS Y CONCIENCIACIÓN EN CIBERSEGURIDAD PARA CIUDADANOS Y EMPRESAS	5.661.994
POLÍTICA TERRITORIAL Y MEMORIA DEMOCRÁTICA	SECRETARÍA DE ESTADO DE MEMORIA DEMOCRÁTICA	EL VALOR DE LAS LIBERTADES Y LA DEMOCRACIA EN ESPAÑA	5.602.255
IGUALDAD	DELEGACIÓN DEL GOBIERNO CONTRA LA VIOLENCIA DE GÉNERO	CONCIENCIACIÓN SOCIAL CONTRA LAS DISTINTAS FORMAS DE VIOLENCIA CONTRA LAS MUJERES DURANTE 2025	5.236.403
AGRICULTURA, PESCA Y ALIMENTACIÓN	DIRECCIÓN GENERAL DE ALIMENTACIÓN	ALIMENTOS DE ESPAÑA, ALIMENTOS DE TODOS	4.813.469
CULTURA	DIRECCIÓN GENERAL DE DERECHOS CULTURALES	BONO CULTURAL JOVEN 2025	4.416.291
TRANSICIÓN ECOLÓGICA Y EL RETO DEMOGRÁFICO	INSTITUTO PARA LA DIVERSIFICACIÓN Y AHORRO DE LA ENERGÍA (IDAE)	LAS PERSONAS EN EL CENTRO DE LA TRANSICIÓN ENERGÉTICA	3.501.902
CULTURA	DIRECCIÓN GENERAL DE DERECHOS CULTURALES	DERECHOS CULTURALES	3.459.000
VIVIENDA Y AGENDA URBANA	SUBSECRETARÍA DE VIVIENDA Y AGENDA URBANA	PLAN DE ACCIONES DE COMUNICACIÓN SOBRE SERVICIOS DE INTERÉS PÚBLICO QUE INFLUYEN EN LA CALIDAD DE VIDA DE LA CIUDADANÍA EN EL ÁMBITO DE VIVIENDA Y AGENDA URBANA	3.150.318
PRESIDENCIA, JUSTICIA Y RELACIONES CON LAS CORTES	SECRETARÍA DE ESTADO DE JUSTICIA	BECAS SERÉ PARA LA PREPARACIÓN DE OPOSICIONES DE JUSTICIA	2.453.615
TRANSPORTES Y MOVILIDAD SOSTENIBLE	TRANSPORTES Y MOVILIDAD SOSTENIBLE	PLAN DE ACCIONES DE COMUNICACIÓN SOBRE SERVICIOS DE INTERÉS PÚBLICO QUE INFLUYEN EN LA CALIDAD DE VIDA DE LA CIUDADANÍA EN EL ÁMBITO DEL TRANSPORTE Y LA MOVILIDAD	2.429.036
DERECHOS SOCIALES, CONSUMO Y AGENDA 2030	SECRETARÍA DE ESTADO DE DERECHOS SOCIALES	SENSIBILIZACIÓN SOBRE LOS SERVICIOS PÚBLICOS DE DEPENDENCIA Y LA ATENCIÓN CENTRADA EN LA PERSONA	2.015.975
DERECHOS SOCIALES, CONSUMO Y AGENDA 2030	DIRECCIÓN GENERAL DE ORDENACIÓN DEL JUEGO	LA NATURALEZA Y RIESGOS DE LAS CAJAS BOTÍN	1.932.836
AGRICULTURA, PESCA Y ALIMENTACIÓN	DIRECCIÓN GENERAL DE ALIMENTACIÓN	PARTICIPACIÓN EN FERIAS Y EVENTOS DE CARÁCTER AGROALIMENTARIO Y PESQUERO 2025	1.930.241
ECONOMÍA, COMERCIO Y EMPRESA	SUBSECRETARÍA DE ECONOMÍA, COMERCIO Y EMPRESA	DIFUSIÓN Y VISIBILIZACIÓN DEL PLAN DE RECUPERACIÓN, TRANSFORMACIÓN Y RESILIENCIA (PRTR)	1.912.370
INCLUSIÓN, SEGURIDAD SOCIAL Y MIGRACIONES	SECRETARÍA GENERAL DE INCLUSIÓN	INFORMACIÓN SOBRE EL INGRESO MÍNIMO VITAL	1.827.922
IGUALDAD	SECRETARÍA DE ESTADO DE IGUALDAD Y PARA LA ERRADICACIÓN DE LA VIOLENCIA CONTRA LAS MUJERES	PROMOCIÓN DE LA IGUALDAD DE GÉNERO REAL Y EFECTIVA - 8M	1.826.794
SANIDAD	DIRECCIÓN GENERAL DE SALUD PÚBLICA Y EQUIDAD EN SALUD	PROMOCIÓN DE HÁBITOS SALUDABLES EN LA INFANCIA	1.788.556
POLÍTICA TERRITORIAL Y MEMORIA DEMOCRÁTICA	COMISIONADO ESPECIAL PARA LA RECONSTRUCCIÓN Y REPARACIÓN DE LOS DAÑOS PROVOCADOS POR LA DANA	RECONSTRUYENDO JUNTOS: RESPUESTA Y RECUPERACIÓN FRENTE A LA DANA	1.456.238
IGUALDAD	SECRETARÍA DE ESTADO DE IGUALDAD Y PARA LA ERRADICACIÓN DE LA VIOLENCIA CONTRA LAS MUJERES	IGUALDAD SOCIAL Y LABORAL	1.455.738
INDUSTRIA Y TURISMO: OFICINA ESPAÑOLA DE PATENTES Y MARCAS (OEPM)		CONCIENCIACIÓN Y SENSIBILIZACIÓN SOBRE LAS FALSIFICACIONES DE BIENES Y MERCANCÍAS Y SUS CONSECUENCIAS SOCIALES Y ECONÓMICAS	1.386.294
IGUALDAD	DIRECCIÓN GENERAL PARA LA IGUALDAD REAL Y EFECTIVA DE LAS PERSONAS LGTBI+	20 ANIVERSARIO DE LA LEY DEL MATRIMONIO IGUALITARIO	1.197.122
IGUALDAD	DIRECCIÓN GENERAL PARA LA IGUALDAD DE TRATO Y NO DISCRIMINACIÓN Y CONTRA EL RACISMO	SENSIBILIZACIÓN SOCIAL CONTRA EL RACISMO Y LA DISCRIMINACIÓN RACIAL	1.170.952
TRANSICIÓN ECOLÓGICA Y EL RETO DEMOGRÁFICO	DIRECCIÓN GENERAL DE POLÍTICAS CONTRA LA DESPOBLACIÓN	COHESIÓN TERRITORIAL	1.141.310
EDUCACIÓN, FORMACIÓN PROFESIONAL Y DEPORTES	SECRETARÍA GENERAL DE FORMACIÓN PROFESIONAL	EL NUEVO MODELO DE FORMACIÓN PROFESIONAL Y SUS POSIBILIDADES, BASADO EN LA FORMACIÓN PERMANENTE A LO LARGO DE LA VIDA PROFESIONAL PARA QUE NADIE SE QUEDE ATRÁS	1.049.865
TOTAL			75.879.618

V. Medios de difusión: distribución e inversión

Distribución

De las 120 campañas de publicidad institucional ejecutadas en 2025, 89 se difundieron a través de medios digitales: prensa online, plataformas de TV conectada, plataformas de vídeo y audio online streaming, redes sociales y redes de distribución en sites especializados relacionados con el target de cada campaña.

Otras 65 campañas se han difundido en medios gráficos (prensa, revistas, dominicales y suplementos), y 56 han utilizado radio.

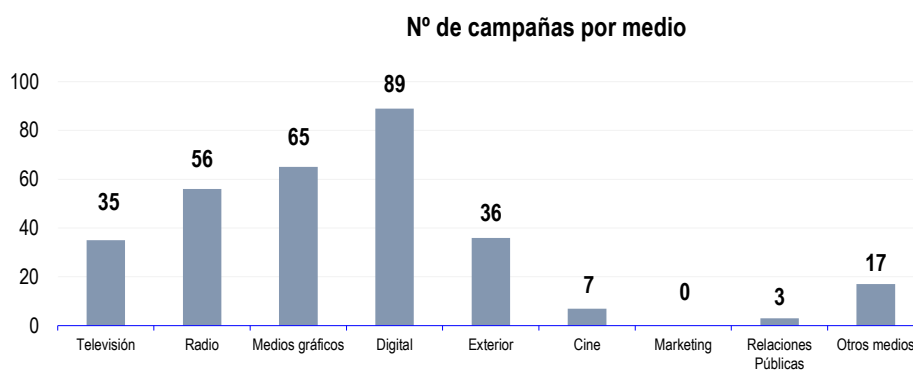
La difusión en el medio exterior ha sido utilizada por 36 campañas: pantallas digitales convencionales y de gran formato, vallas, mupis, mobiliario urbano y lonas en intercambiadores, estaciones de AVE y cercanías, centros comerciales, etc.

El medio televisión ha sido utilizado por 35 campañas de publicidad institucional y cine por 7.

En 17 campañas fueron utilizados otros medios: portal web y redes sociales propias, folletos, cartelería, nota de prensa y podcast.

Distribución de los medios de difusión según el número de campañas en que han sido empleados

(Gráfico 5.1)



Inversión

En cuanto a la inversión efectuada, con un importe superior a 10 millones de euros, destacan: el medio **digital** con 20,85 millones de euros (27,60% del total), seguido de televisión, con 15,88 millones de euros (21,03%); radio con 15,48 millones de euros (20,50%), exterior con 10,53 millones de euros (13,95%) y medios gráficos 10,09 millones de euros (13,37%).

La **inversión en medios** supone un **85,77%** sobre el importe total invertido en publicidad institucional durante el ejercicio 2025.

Medios digitales, medios gráficos y radio, por este orden, destacan como los medios de difusión utilizados con más frecuencia en las campañas institucionales en el año 2025

El medio digital destaca con un 27,60% del total invertido en medios

La inversión en medios supone un 85,77% sobre el importe total invertido en publicidad institucional durante 2025

Distribución de los medios de difusión por ministerios según el número de campañas en que han sido empleados

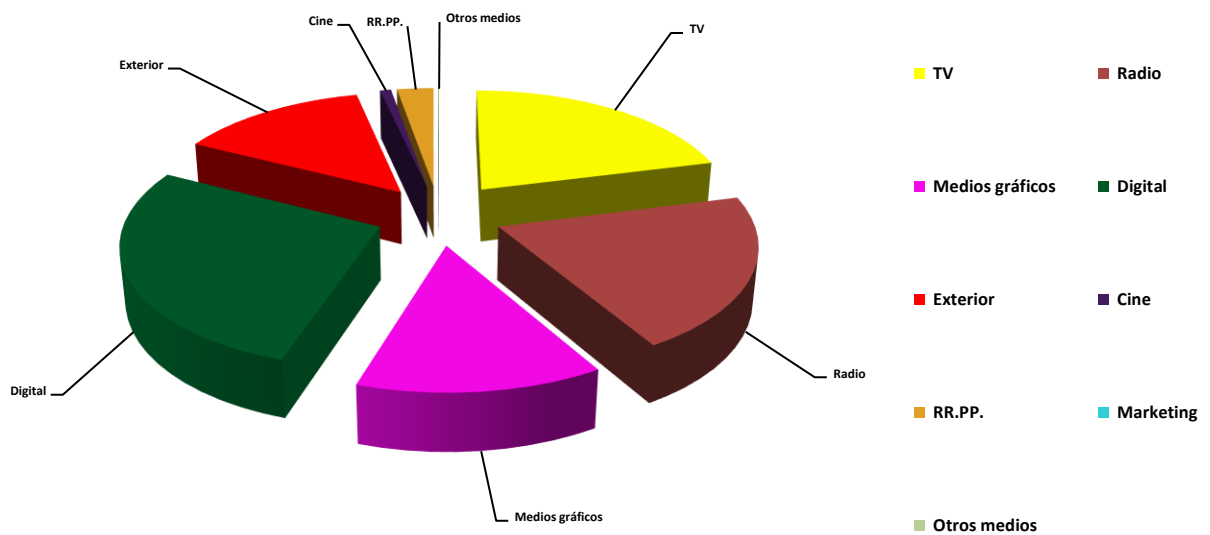
(Cuadro 5.2)

Ministerio	Television	Radio	Medios gráficos	Digital	Exterior	Cine	Marketing	Relaciones Públicas	Otros Medios
Presidencia, Justicia y Relaciones con las Cortes	3	2	4	6	2	0	0	0	1
Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación	0	0	0	3	0	0	0	0	6
Hacienda	1	1	1	1	0	0	0	0	0
Interior	1	1	1	1	1	1	0	0	0
Transportes y Movilidad Sostenible	1	2	3	4	1	0	0	0	0
Educación, Formación Profesional y Deportes	2	2	2	2	0	0	0	0	0
Trabajo y Economía Social	0	1	2	2	2	0	0	0	1
Industria y Turismo	1	1	1	2	1	0	0	0	0
Agricultura, Pesca y Alimentación	2	4	4	4	1	0	0	3	1
Política Territorial y Memoria Democrática	1	2	2	2	2	0	0	0	1
Transición Ecológica y el Reto Demográfico	6	20	26	25	7	1	0	0	4
Vivienda y Agenda Urbana	1	1	1	1	1	0	0	0	0
Cultura	2	2	4	10	2	2	0	0	1
Economía, Comercio y Empresa	1	1	1	1	1	0	0	0	0
Sanidad	3	3	1	8	3	1	0	0	0
Derechos Sociales, Consumo y Agenda 2030	2	4	4	5	3	0	0	0	0
Ciencia, Innovación y Universidades	0	1	1	3	0	0	0	0	2
Igualdad	6	6	5	6	6	2	0	0	0
Inclusión, Seguridad Social y Migraciones	1	1	0	1	1	0	0	0	0
Transformación Digital y de la Función Pública	1	1	2	2	2	0	0	0	0
TOTAL	35	56	65	89	36	7	0	3	17

Inversión realizada en cada uno de los medios de difusión
(Cuadro 5.3)

Medios	Coste	Porcentaje
TV	15.887.970	21,03%
Radio	15.484.752	20,50%
Medios gráficos	10.097.452	13,37%
Digital	20.850.890	27,60%
Exterior	10.536.324	13,95%
Cine	615.419	0,81%
RR.PP.	2.025.493	2,68%
Marketing	0	0,00%
Otros medios	44.512	0,06%
Total	75.542.812	100,00%

(Gráfico 5.4)



Inversión por Ministerio
(Cuadro 5.5)

Ministerio	TV	Radio	M. gráficos	Digital	Exterior	Cine	RRPP	Marketing	Otros Medios	Total
Presidencia, Justicia y Relaciones con las Cortes	305.276	553.952	260.477	849.743	1.015.995				0	2.985.442
Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación				61.000					0	61.000
Hacienda	2.567.169	1.582.749	1.330.877	1.692.925						7.173.721
Interior	997.715	1.455.745	628.116	730.936	343.626	138.361				4.294.499
Transportes y Movilidad Sostenible	601.570	493.638	94.397	720.673	109.185					2.019.464
Educación, Formación Profesional y Deportes	458.823	561.270	376.807	361.473						1.758.372
Trabajo y Economía Social		156.408	267.565	120.314	383.031				545	927.863
Industria y Turismo	290.346	153.767	225.075	460.134	168.609					1.297.930
Agricultura, Pesca y Alimentación	1.004.075	1.261.526	849.923	1.719.605	872.056		2.025.493		0	7.732.679
Política Territorial y Memoria Democrática	380.127	261.901	408.921	966.192	803.726				10.117	2.830.984
Transición Ecológica y el Reto Demográfico	1.306.954	985.512	1.011.540	1.149.851	815.080	98.092			28.850	5.395.879
Vivienda y Agenda Urbana	367.209	629.325	685.375	556.965	248.062					2.486.936
Cultura	1.358.732	1.219.031	411.460	3.081.873	1.425.305	296.703			5.000	7.798.103
Economía, Comercio y Empresa	346.704	490.722	441.361	533.917	99.665					1.912.370
Sanidad	848.748	561.118	61.915	1.624.126	647.331	36.328				3.779.566
Derechos Sociales, Consumo y Agenda 2030	854.418	1.229.094	761.794	1.425.167	529.668					4.800.140
Ciencia, Innovación y Universidades		248.328	213.367	398.887					0	860.582
Igualdad	2.587.620	2.067.127	1.639.984	2.313.001	1.511.491	45.935				10.165.158
Inclusión, Seguridad Social y Migraciones	491.133	255.773		337.656	441.380					1.525.941
Transformación Digital y de la Función Pública	1.121.352	1.317.767	428.498	1.746.451	1.122.114					5.736.182
TOTAL	15.887.970	15.484.752	10.097.452	20.850.890	10.536.324	615.419	2.025.493	0	44.512	75.542.812

En sombreado se señala para cada medio el ministerio que destina mayor inversión

Porcentaje de inversión por medio sobre el total del ministerio

(Cuadro 5.6)

Ministerio	TV	Radio	M. gráficos	Digital	Exterior	Cine	RRPP	Marketing	Otros Medios	Total
Presidencia, Justicia y Relaciones con las Cortes	10,23%	18,56%	8,72%	28,46%	34,03%				0,00%	100,00%
Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación				100,00%					0,00%	100,00%
Hacienda	35,79%	22,06%	18,55%	23,60%						100,00%
Interior	23,23%	33,90%	14,63%	17,02%	8,00%	3,22%				100,00%
Transportes y Movilidad Sostenible	29,79%	24,44%	4,67%	35,69%	5,41%					100,00%
Educación, Formación Profesional y Deportes	26,09%	31,92%	21,43%	20,56%						100,00%
Trabajo y Economía Social	0,00%	16,86%	28,84%	12,97%	41,28%				0,06%	100,00%
Industria y Turismo	22,37%	11,85%	17,34%	35,45%	12,99%					100,00%
Agricultura, Pesca y Alimentación	12,98%	16,31%	10,99%	22,24%	11,28%		26,19%		0,00%	100,00%
Política Territorial y Memoria Democrática	13,43%	9,25%	14,44%	34,13%	28,39%				0,36%	100,00%
Transición Ecológica y el Reto Demográfico	24,22%	18,26%	18,75%	21,31%	15,11%	1,82%			0,53%	100,00%
Vivienda y Agenda Urbana	14,77%	25,31%	27,56%	22,40%	9,97%					100,00%
Cultura	17,42%	15,63%	5,28%	39,52%	18,28%	3,80%			0,06%	100,00%
Economía, Comercio y Empresa	18,13%	25,66%	23,08%	27,92%	5,21%					100,00%
Sanidad	22,46%	14,85%	1,64%	42,97%	17,13%	0,96%				100,00%
Derechos Sociales, Consumo y Agenda 2030	17,80%	25,61%	15,87%	29,69%	11,03%					100,00%
Ciencia, Innovación y Universidades		28,86%	24,79%	46,35%					0,00%	100,00%
Igualdad	25,46%	20,34%	16,13%	22,75%	14,87%	0,45%				100,00%
Inclusión, Seguridad Social y Migraciones	32,19%	16,76%	0,00%	22,13%	28,93%					100,00%
Transformación Digital y de la Función Pública	19,55%	22,97%	7,47%	30,45%	19,56%					100,00%

Porcentaje de inversión por ministerio sobre el total del medio

(Cuadro 5.7)

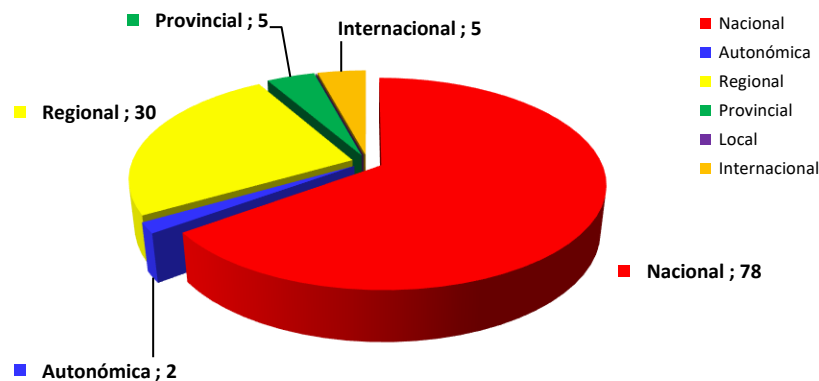
Ministerio	TV	Radio	M. gráficos	Digital	Exterior	Cine	RRPP	Marketing	Otros Medios
Presidencia, Justicia y Relaciones con las Cortes	1,92%	3,58%	2,58%	4,08%	9,64%				0,00%
Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación				0,29%					0,00%
Hacienda	16,16%	10,22%	13,18%	8,12%					
Interior	6,28%	9,40%	6,22%	3,51%	3,26%	22,48%			
Transportes y Movilidad Sostenible	3,79%	3,19%	0,93%	3,46%	1,04%				
Educación, Formación Profesional y Deportes	2,89%	3,62%	3,73%	1,73%					
Trabajo y Economía Social	0,00%	1,01%	2,65%	0,58%	3,64%				1,22%
Industria y Turismo	1,83%	0,99%	2,23%	2,21%	1,60%				
Agricultura, Pesca y Alimentación	6,32%	8,15%	8,42%	8,25%	8,28%		100,00%		0,00%
Política Territorial y Memoria Democrática	2,39%	1,69%	4,05%	4,63%	7,63%				22,73%
Transición Ecológica y el Reto Demográfico	8,23%	6,36%	10,02%	5,51%	7,74%	15,94%			64,81%
Vivienda y Agenda Urbana	2,31%	4,06%	6,79%	2,67%	2,35%				
Cultura	8,55%	7,87%	4,07%	14,78%	13,53%	48,21%			11,23%
Economía, Comercio y Empresa	2,18%	3,17%	4,37%	2,56%	0,95%				
Sanidad	5,34%	3,62%	0,61%	7,79%	6,14%	5,90%			
Derechos Sociales, Consumo y Agenda 2030	5,38%	7,94%	7,54%	6,84%	5,03%	0,00%	0,00%		0,00%
Ciencia, Innovación y Universidades		1,60%	2,11%	1,91%					0,00%
Igualdad	16,29%	13,35%	16,24%	11,09%	14,35%	7,46%			
Inclusión, Seguridad Social y Migraciones	3,09%	1,65%	0,00%	1,62%	4,19%				
Transformación Digital y de la Función Pública	7,06%	8,51%	4,24%	8,38%	10,65%				
TOTAL	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	0,00%	100,00%

VI. Difusión y población a la que se dirigen las campañas

Difusión territorial de las campañas de publicidad institucional

Durante el año 2025 la difusión de la publicidad y comunicación institucional ha sido en su mayoría de ámbito nacional (78 campañas). Le sigue la difusión de ámbito regional (30 campañas), internacional (5), provincial (5) y autonómica (2).

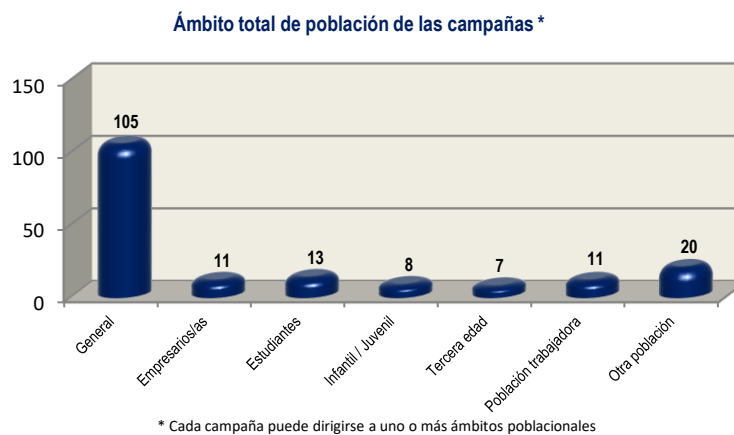
(Gráfico 6.1)



Población a la que se han dirigido las campañas de publicidad institucional

La población a la que se han dirigido mayoritariamente las campañas institucionales ha sido la población general. No obstante, en muchas de estas campañas la planificación se ha articulado a partir de grupos de interés (*clusters*), perfiles afines o segmentos vinculados al objetivo específico de comunicación, de acuerdo con el *target* de cada campaña, con el fin de adaptar mejor el mensaje a los públicos más relevantes en cada caso.

(Gráfico 6.2)



La difusión de las campañas de publicidad y comunicación institucional ha sido en su mayoría de ámbito nacional con 78 campañas

La población a la que se han dirigido mayoritariamente las campañas institucionales es la población general (105 campañas)

VII. La publicidad institucional en los Presupuestos Generales del Estado

La inversión publicitaria de la Administración General del Estado se imputa fundamentalmente a los Capítulos 2 y 6 de los Presupuestos Generales del Estado.

La Resolución de 20 de enero de 2014, de la Dirección General de Presupuestos, por la que se establecen los códigos que definen la clasificación económica, dispone que se incluyan en el Capítulo 2, subconcepto 226.02 de Publicidad y Propaganda, entre otros, “los gastos que se realicen en el marco del Plan de Publicidad a que se refiere la Ley 29/2005, de 29 de diciembre, de publicidad y comunicación institucional”. Sin perjuicio de que, en ese mismo apartado, se precise también que “las campañas de sensibilización y concienciación ciudadana que sean susceptibles de producir efectos en varios ejercicios se imputarán al artículo 64”.

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

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

En el cuadro 7.1 pág. 19 se proporcionan los datos atendiendo al Capítulo al que se han imputado los gastos. Hay que tener en cuenta, por una parte, que, al subconcepto 226.02 también se imputan gastos que no son de publicidad institucional (como la inserción de publicidad en Boletines Oficiales) y, por otra parte, dado que los créditos del Capítulo 2 no son vinculantes a nivel de subconcepto, otras acciones consideradas publicitarias (ferias, exposiciones, creación de webs, etc.) se imputan a otros subconceptos del Capítulo 2.

En el Anexo III del presente informe se especifican los capítulos presupuestarios a los que se imputa la inversión en cada campaña.

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

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

Ejecución presupuestaria de la publicidad y comunicación institucional

(Cuadro 7.1)

Ministerio (1)	Capítulo 2	Capítulo 6	EPE (2)	TOTAL
Presidencia, Justicia y Relaciones con las Cortes	3.275.263			3.275.263
Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación	97.303			97.303
Hacienda	7.190.017			7.190.017
Interior			5.873.105	5.873.105
Transportes y Movilidad Sostenible		2.543.804	42.639	2.586.443
Educación, FP y Deportes	1.967.578			1.967.578
Trabajo y Economía Social	979.596			979.596
Industria y Turismo	1.386.294	18.134		1.404.429
Agricultura, Pesca y Alimentación	933.799	7.039.362		7.973.161
Política Territorial y Memoria Democrática	7.058.494			7.058.494
Transición Ecológica y el Reto Demográfico	702.974	2.039.482	3.559.039	6.301.495
Vivienda y Agenda Urbana		3.150.318		3.150.318
Cultura	8.014.402	13.613		8.028.015
Economía, Comercio y Empresa	1.912.370			1.912.370
Sanidad	4.312.785			4.312.785
Derechos Sociales, Consumo y Agenda 2030	5.423.230			5.423.230
Ciencia, Innovación y Universidades	860.582			860.582
Igualdad		11.885.646		11.885.646
Inclusión, Seguridad Social y Migraciones	1.827.922			1.827.922
Transformación Digital y de la Función Pública			5.971.097	5.971.097
TOTAL	45.942.610	26.690.358	15.445.880	88.078.848

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

(2) Las Entidades Públicas Empresariales y Fundaciones no estructuran sus presupuestos con la clasificación económica de los Presupuestos Generales del Estado.

VIII. Principales magnitudes y su evolución

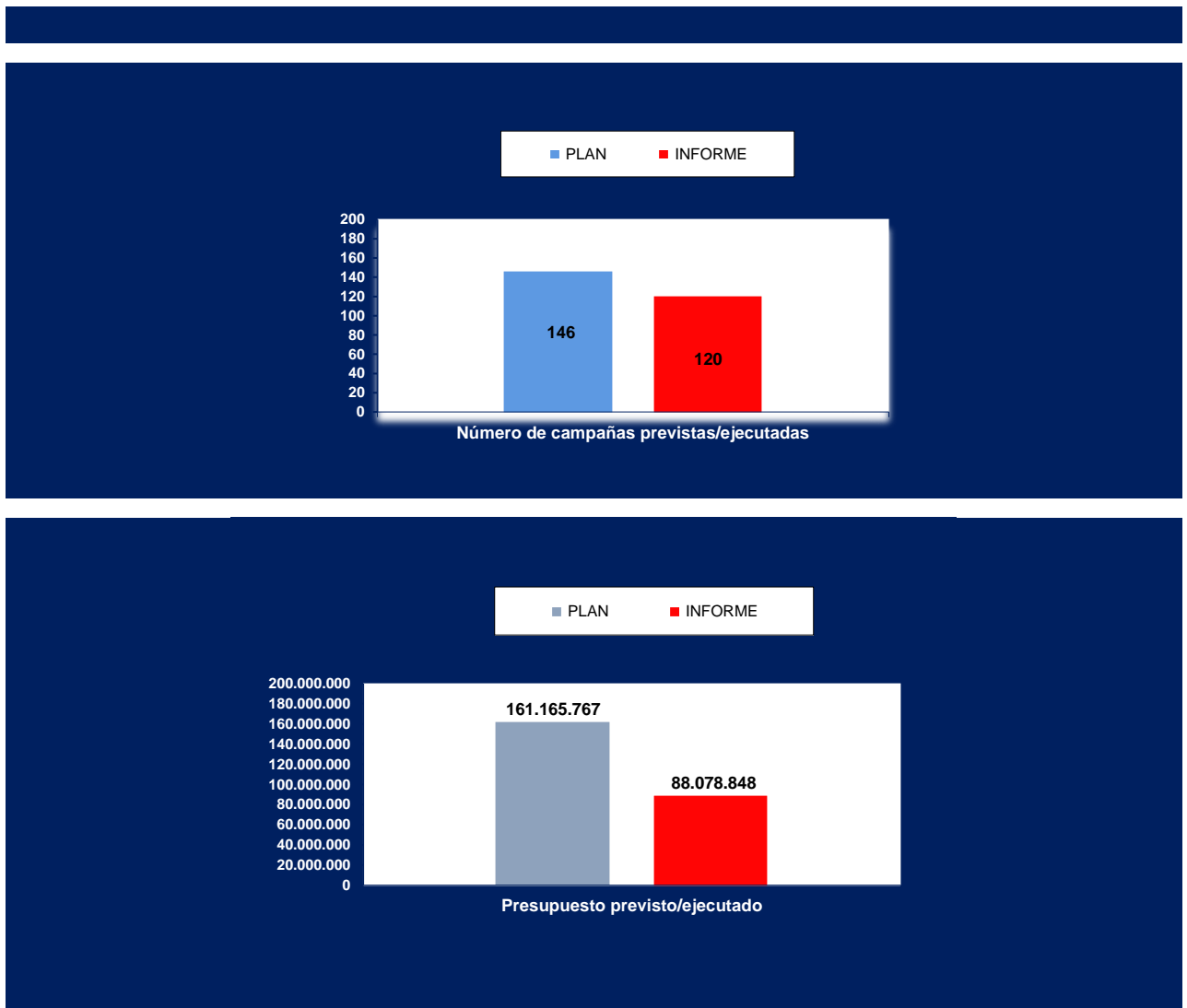
VIII.1 Comparativa con las previsiones del Plan de Publicidad Institucional 2025

De acuerdo con los datos aportados por todos los departamentos ministeriales, en el año 2025 se han ejecutado un total de 120 campañas de publicidad institucional.

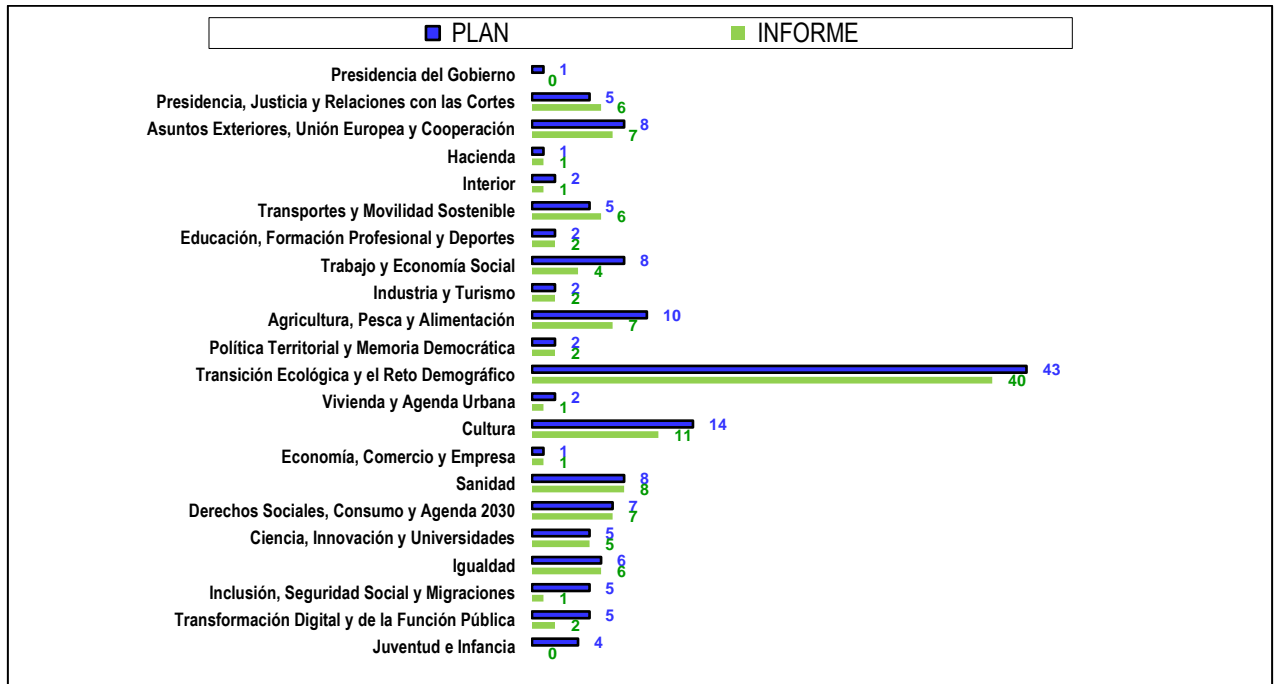
De las 146 campañas que fueron reflejadas en el Plan 2025 de Publicidad y Comunicación Institucional de la Administración General del Estado aprobado en enero de 2025, se han ejecutado 109 campañas por un importe de 85.956.955 euros. Asimismo, se han realizado 11 campañas sobrevenidas, cuyo importe total suma una inversión de 2.121.893 euros. En total la inversión en publicidad institucional asciende a 88.078.848 euros.

Se han realizado 109 campañas de las que fueron planificadas, más 11 campañas sobrevenidas

(Gráfico 8.1.1)



Comparativa número de campañas Plan 2025-Informe 2025
(Gráfico 8.1.2)

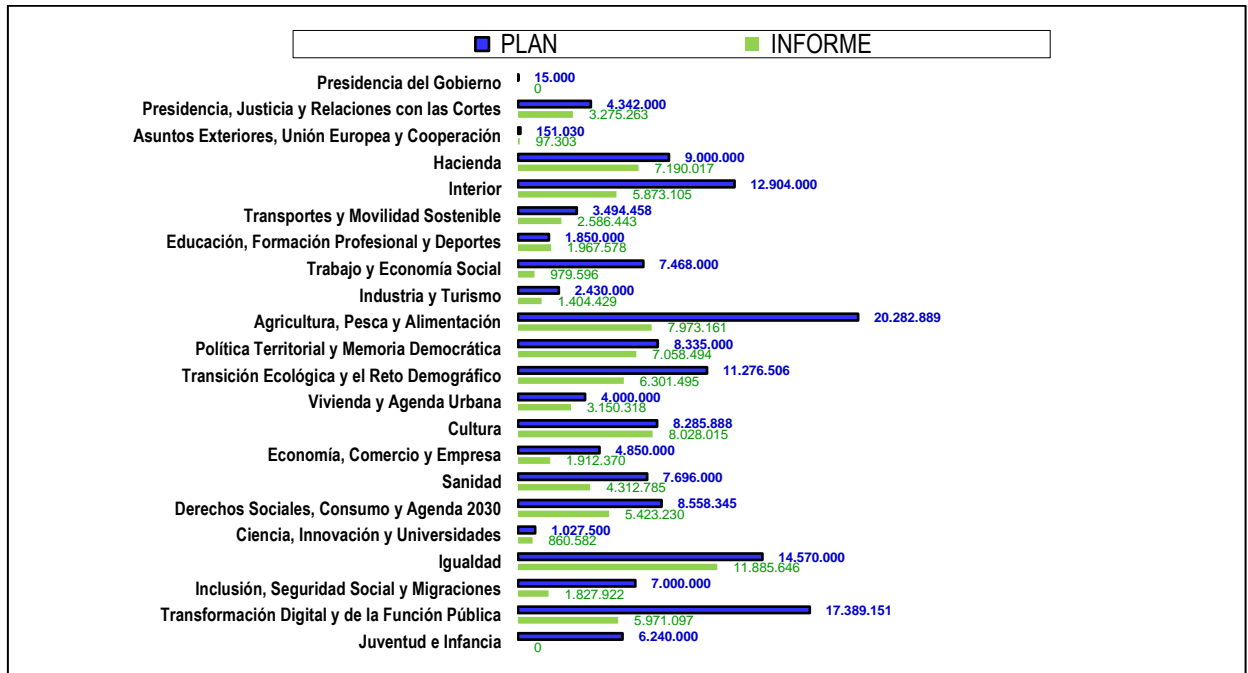


(Cuadro 8.1.3)

Ministerio	Número de campañas		Variación Plan/Informe	
	PLAN	INFORME	Variación por ministerio	% variación por ministerio
Presidencia del Gobierno	1	0	-1	-100,00%
Presidencia, Justicia y Relaciones con las Cortes	5	6	1	20,00%
Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación	8	7	-1	-12,50%
Hacienda	1	1	0	0,00%
Interior	2	1	-1	-50,00%
Transportes y Movilidad Sostenible	5	6	1	20,00%
Educación, Formación Profesional y Deportes	2	2	0	0,00%
Trabajo y Economía Social	8	4	-4	-50,00%
Industria y Turismo	2	2	0	0,00%
Agricultura, Pesca y Alimentación	10	7	-3	-30,00%
Política Territorial y Memoria Democrática	2	2	0	0,00%
Transición Ecológica y el Reto Demográfico	43	40	-3	-6,98%
Vivienda y Agenda Urbana	2	1	-1	-50,00%
Cultura	14	11	-3	-21,43%
Economía, Comercio y Empresa	1	1	0	0,00%
Sanidad	8	8	0	0,00%
Derechos Sociales, Consumo y Agenda 2030	7	7	0	0,00%
Ciencia, Innovación y Universidades	5	5	0	0,00%
Igualdad	6	6	0	0,00%
Inclusión, Seguridad Social y Migraciones	5	1	-4	-80,00%
Transformación Digital y de la Función Pública	5	2	-3	-60,00%
Juventud e Infancia	4	0	-4	-100,00%
TOTAL	146	120	-26	-17,81%

Comparativa presupuesto Plan 2025-Informe 2025

(Gráfico 8.1.4)



(Cuadro 8.1.5)

Ministerio	Presupuesto previsto/ejecutado		Variación Plan/Informe	
	PLAN	INFORME	Variación por ministerio	% variación por ministerio
Presidencia del Gobierno	15.000	0	-15.000	-100,00%
Presidencia, Justicia y Relaciones con las Cortes	4.342.000	3.275.263	-1.066.737	-24,57%
Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación	151.030	97.303	-53.727	-35,57%
Hacienda	9.000.000	7.190.017	-1.809.983	-20,11%
Interior	12.904.000	5.873.105	-7.030.895	-54,49%
Transportes y Movilidad Sostenible	3.494.458	2.586.443	-908.015	-25,98%
Educación, Formación Profesional y Deportes	1.850.000	1.967.578	117.578	6,36%
Trabajo y Economía Social	7.468.000	979.596	-6.488.404	-86,88%
Industria y Turismo	2.430.000	1.404.429	-1.025.571	-42,20%
Agricultura, Pesca y Alimentación	20.282.889	7.973.161	-12.309.728	-60,69%
Política Territorial y Memoria Democrática	8.335.000	7.058.494	-1.276.506	-15,32%
Transición Ecológica y el Reto Demográfico	11.276.506	6.301.495	-4.975.011	-44,12%
Vivienda y Agenda Urbana	4.000.000	3.150.318	-849.682	-21,24%
Cultura	8.285.888	8.028.015	-257.873	-3,11%
Economía, Comercio y Empresa	4.850.000	1.912.370	-2.937.630	-60,57%
Sanidad	7.696.000	4.312.785	-3.383.215	-43,96%
Derechos Sociales, Consumo y Agenda 2030	8.558.345	5.423.230	-3.135.115	-36,63%
Ciencia, Innovación y Universidades	1.027.500	860.582	-166.918	-16,25%
Igualdad	14.570.000	11.885.646	-2.684.354	-18,42%
Inclusión, Seguridad Social y Migraciones	7.000.000	1.827.922	-5.172.078	-73,89%
Transformación Digital y de la Función Pública	17.389.151	5.971.097	-11.418.054	-65,66%
Juventud e Infancia	6.240.000	0	-6.240.000	-100,00%
TOTAL	161.165.767	88.078.848	-73.086.919	-45,35%

Campañas previstas en el Plan 2025 que no se han realizado

(Cuadro 8.1.6)

MINISTERIO	CENTRO DIRECTIVO/ORGANISMO	TITULO CAMPAÑA	COSTE
PRESIDENCIA DEL GOBIERNO	SECRETARÍA DE ESTADO DE COMUNICACIÓN	ACCIONES DE COMUNICACIÓN EN DÍAS INTERNACIONALES Y CONMEMORACIONES	15.000
ASUNTOS EXTERIORES, UNIÓN EUROPEA Y COOPERACIÓN	AGENCIA ESPAÑOLA DE COOPERACIÓN INTERNACIONAL PARA EL DESARROLLO (AECID)	AECID CONSTRUYE, CULTURA Y VALORES. COOPERANTES POR EL MUNDO	14.880
INTERIOR	SECRETARÍA DE ESTADO DE SEGURIDAD	PREVENCIÓN Y CONCIENCIACIÓN PARA LUCHAR CONTRA EL AUMENTO DE LAS CIBERESTAFAS	1.500.000
TRABAJO Y ECONOMÍA SOCIAL	GABINETE DE LA VICEPRESIDENTA SEGUNDA Y MINISTRA DE TRABAJO Y ECONOMÍA SOCIAL	REDUCCIÓN DE JORNADA	500.000
	INSPECCIÓN DE TRABAJO Y SEGURIDAD SOCIAL	TIEMPO DE TRABAJO Y DERECHOS	100.000
	INSTITUTO NACIONAL DE SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO	SEGURIDAD Y SALUD EN EL SECTOR DEL TRABAJO DOMÉSTICO	3.500.000
	SERVICIO PÚBLICO DE EMPLEO ESTATAL	DIFUSIÓN DE LA NUEVA AGENCIA ESPAÑOLA DE EMPLEO Y SUS ACTIVIDADES	2.250.000
INDUSTRIA Y TURISMO	SECRETARÍA DE ESTADO DE TURISMO	VISIBILIZACIÓN DEL COMPONENTE 14 DEL PRTR	1.000.000
AGRICULTURA, PESCA Y ALIMENTACIÓN	DIRECCIÓN GENERAL DE ALIMENTACIÓN	ORGULLO DE ALIMENTOS DE ESPAÑA	4.282.600
	DIRECCIÓN GENERAL DE ALIMENTACIÓN	ALIMENTOS DE ESPAÑA Y GASTRONOMÍA	3.887.600
	DIRECCIÓN GENERAL DE DESARROLLO RURAL, INNOVACIÓN Y FORMACIÓN AGROALIMENTARIA	CAMINOS NATURALES DE ESPAÑA. ELIGE TU CAMINO	4.000.000
POLÍTICA TERRITORIAL Y MEMORIA DEMOCRÁTICA	DIRECCIÓN GENERAL DE LA ADMINISTRACIÓN GENERAL DEL ESTADO EN EL TERRITORIO	LA ADMINISTRACION CERCA DE TI "LACT"	500.000
TRANSICIÓN ECOLÓGICA Y EL RETO DEMOGRÁFICO	SUBSECRETARÍA	SENSIBILIZACIÓN SOBRE LA IMPORTANCIA DEL ENTORNO DOÑANA	812.113
		SENSIBILIZACIÓN SOBRE LA IMPORTANCIA DEL MAR MENOR	582.113
	INSTITUTO PARA LA DIVERSIFICACIÓN Y AHORRO DE LA ENERGÍA (IDAE)	LÍNEAS DE AYUDAS ESTRATÉGICAS	484.000
	INSTITUTO PARA LA TRANSICIÓN JUSTA	LA NECESIDAD DE UNA TRANSICIÓN JUSTA	350.000
	CONFEDERACIÓN HIDROGRÁFICA DEL JÚCAR	DÍA MUNDIAL DEL AGUA	5.000
	CONFEDERACIÓN HIDROGRÁFICA DEL MIÑO-SIL	AGUA Y CAMBIO CLIMATICO: HACIA UN CAMBIO DE HÁBITOS Y DE USOS	17.000
	SOCIEDAD ESTATAL AGUAS DE LAS CUENCAS DE ESPAÑA (GRUPO PATRIMONIO)	PUESTA EN MARCHA DE LA NUEVA DEPURADORA Y EL EMISARIO DE SORIA	6.000
	O.A. PARQUES NACIONALES	FOMENTO MARCA DOÑANA	200.000
	FUNDACIÓN BIODIVERSIDAD	LOS VALORES NATURALES DE LOS ESPACIOS MARINOS PROTEGIDOS, SUS BENEFICIOS Y LOS AVANCES EN SU CONSERVACIÓN	391.000
	VIVIENDA Y AGENDA URBANA	ANTERIOR ENTIDAD PÚBLICA EMPRESARIAL DEL SUELO (SEPES)	ACCIONES DE COMUNICACIÓN DE SEPES EN MATERIA DE VIVIENDA
CULTURA	CENTRO DE COORDINACIÓN DE INDUSTRIAS CULTURALES	25º ANIVERSARIO BECAS FORMARTE	10.000
	DIRECCIÓN GENERAL DE DERECHOS CULTURALES	PLAN DE DERECHOS CULTURALES	30.000
	INSTITUTO DE LA CINEMATOGRAFÍA Y DE LAS ARTES AUDIOVISUALES (ICAA)	CINE ESCUELA 2025	18.000
DERECHOS SOCIALES, CONSUMO Y AGENDA 2030	DIRECCIÓN GENERAL DE CONSUMO	SENSIBILIZACIÓN SOBRE CONSUMO SOSTENIBLE	180.000
INCLUSIÓN, SS Y MIGRACIONES	GABINETE DE LA MINISTRA	SEGURIDAD SOCIAL Y JÓVENES	1.875.000
	SECRETARÍA DE ESTADO DE MIGRACIONES	MIGRACIÓN, FUENTE DE RIQUEZA	1.450.000
	SECRETARÍA DE ESTADO DE LA SEGURIDAD SOCIAL Y PENSIONES	PROMOCIÓN DE LAS OPOSICIONES A LA SEGURIDAD SOCIAL	1.085.000
		NUEVAS FÓRMULAS DE JUBILACIÓN	750.000

MINISTERIO	CENTRO DIRECTIVO/ORGANISMO	TITULO CAMPAÑA	COSTE
TRANSFORMACIÓN DIGITAL Y DE LA FUNCIÓN PÚBLICA	INSTITUTO NACIONAL DE CIBERSEGURIDAD DE ESPAÑA, S.A. (INCIBE)	CONCIENCIACIÓN EN MATERIA DE CIBERSEGURIDAD. INNOVACIÓN EN CIBERSEGURIDAD EN EL ÁMBITO DE LAS UNIVERSIDADES	5.000.000
		TELÉFONO DE INFORMACIÓN DIGITAL 017	2.810.000
	RED.ES	DIGITALIZACIÓN DE EMPRESAS/CIUDADANÍA	1.788.000
JUVENTUD E INFANCIA	SECRETARÍA DE ESTADO DE JUVENTUD E INFANCIA	ENTORNOS DIGITALES SEGUROS	2.470.000
		DERECHOS DE LA INFANCIA, DERECHO AL JUEGO	1.235.000
	DIRECCIÓN GENERAL DE DERECHOS DE LA INFANCIA Y DE LA ADOLESCENCIA	SENSIBILIZACIÓN SOBRE LOS DERECHOS DE LAS GENERACIONES FUTURAS Y BIENES COMUNES	1.235.000
		SENSIBILIZACIÓN CONTRA LA VIOLENCIA HACIA LA INFANCIA Y LA ADOLESCENCIA	1.300.000
TOTAL		46.133.307	

Campañas sobrevenidas no incluidas en el Plan 2025
(Cuadro 8.1.7)

Ministerio	Organismo/Unidad	Título campaña	Importe
PRESIDENCIA, JUSTICIA Y RELACIONES CON LAS CORTES	SECRETARÍA DE ESTADO DE RELACIONES CON LAS CORTES Y ASUNTOS CONSTITUCIONALES	PROMOCIÓN DE LOS DERECHOS HUMANOS EN EL MARCO DEL II PLAN NACIONAL DE DERECHOS HUMANOS (2023-2027)	20.800
TRANSPORTES Y MOVILIDAD SOSTENIBLE	DIRECCIÓN GENERAL DE TRANSPORTE POR CARRETERA Y FERROCARRIL	ACCIONES DE COMUNICACIÓN PARA IMPULSAR EL SECTOR PROFESIONAL DE LOS CONDUCTORES POR CARRETERA	17.968
INDUSTRIA Y TURISMO	INSTITUTO DE TURISMO DE ESPAÑA (TURESPAÑA)	PROMOCIÓN DE LAS INSCRIPCIONES EN LA CONVENCIÓN DE TURESPAÑA	18.134
POLÍTICA TERRITORIAL Y MEMORIA DEMOCRÁTICA	COMISIONADO ESPECIAL PARA LA RECONSTRUCCIÓN Y REPARACIÓN DE LOS DAÑOS PROVOCADOS POR LA DANA	RECONSTRUYENDO JUNTOS: RESPUESTA Y RECUPERACIÓN FRENTE A LA DANA	1.456.238
		DÍA MUNDIAL DEL AGUA	8.866
		CAMPAÑA DE SENSIBILIZACIÓN	4.500
		CONGRESO DE ESPECIES EXÓTICAS INVASORAS	4.450
		VERTIDOS / PLÁSTICOS DEL SEGURA	4.223
		DÍA MUNDIAL DEL MEDIO AMBIENTE	2.609
		INFORME DEL AGUA	1.803
DERECHOS SOCIALES, CONSUMO Y AGENDA 2030	DIRECCIÓN GENERAL DE CONSUMO	POR UN CONSUMO SOSTENIBLE	582.301
TOTAL		2.121.893	

Campañas previstas en el Plan 2025 que se han realizado

(Cuadro 8.1.8)

MINISTERIO	CENTRO DIRECTIVO / ORGANISMO	CAMPAÑA	PRESUPUESTO PREVISTO EN PLAN	EJECUTADO INFORME	% VARIACIÓN
PRESIDENCIA, JUSTICIA Y RELACIONES CON LAS CORTES	SECRETARÍA DE ESTADO DE RELACIONES CON LAS CORTES Y ASUNTOS CONSTITUCIONALES	47 ANIVERSARIO DE LA CONSTITUCIÓN ESPAÑOLA	775.000	34.364	-95,57%
	SECRETARÍA DE ESTADO DE JUSTICIA	BECAS SERÉ PARA LA PREPARACIÓN DE OPOSICIONES DE JUSTICIA	2.707.000	2.453.615	-9,36%
	DIRECCIÓN GENERAL PARA EL SERVICIO PÚBLICO DE JUSTICIA	DELITOS DE ODIO. OFICINAS DE ATENCIÓN A LAS VÍCTIMAS	600.000	529.871	-11,69%
	SECRETARÍA GENERAL PARA LA INNOVACIÓN Y CALIDAD DEL SERVICIO PÚBLICO DE JUSTICIA	CARPETA JUSTICIA: EL PUNTO DE ACCESO UNIFICADO A LOS SERVICIOS DE LA ADMINISTRACIÓN DE JUSTICIA	250.000	227.642	-8,94%
	CENTRO DE INVESTIGACIONES SOCIOLÓGICAS (CIS)	PREMIO NACIONAL DE SOCIOLOGÍA Y CIENCIA POLÍTICA 2025	10.000	8.972	-10,28%
TOTAL PRESIDENCIA, JUSTICIA Y RELACIONES CON LAS CORTES			4.342.000	3.254.463	-25,05%
ASUNTOS EXTERIORES, UNIÓN EUROPEA Y COOPERACIÓN	SECRETARÍA DE ESTADO DE COOPERACIÓN INTERNACIONAL	PLAN DIRECTOR, COOPERANTES, LA ODS Y AGENDA 2030	4.900	4.900	0,00%
		IV CONFERENCIA DE FINANCIACIÓN SOBRE EL DESARROLLO #FFD4	1.300	1.300	0,00%
	DIRECCIÓN GENERAL DE COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN DIPLOMÁTICA	EFEMÉRIDES	47.600	22.738	-52,23%
		SABÍASQUE DIPLODATO	13.000	5.938	-54,33%
		#EMPLEO EXTERIOR (ANTERIORMENTE PLANIFICADA COMO #PORFINESLUNES)	7.250	2.428	-66,52%
		VIAJA SEGURO	2.100	0	-100,00%
AGENCIA ESPAÑOLA DE COOPERACIÓN INTERNACIONAL PARA EL DESARROLLO (AECID)	RENOVACIÓN AECID: UNA NUEVA COOPERACIÓN	60.000	60.000	0,00%	
TOTAL ASUNTOS EXTERIORES, UNIÓN EUROPEA Y COOPERACION			136.150	97.303	-28,53%
HACIENDA	AGENCIA ESTATAL DE ADMINISTRACIÓN TRIBUTARIA	SENSIBILIZACIÓN FISCAL E INFORMACIÓN Y ASISTENCIA A LA CIUDADANÍA EN EL CUMPLIMIENTO DE SUS OBLIGACIONES FISCALES	9.000.000	7.190.017	-20,11%
TOTAL HACIENDA			9.000.000	7.190.017	-20,11%
INTERIOR	JEFATURA CENTRAL DE TRÁFICO - DGT	CAMPAÑA PARA LA DIVULGACIÓN DE LA SEGURIDAD VIAL	11.404.000	5.873.105	-48,50%
TOTAL INTERIOR			11.404.000	5.873.105	-48,50%
TRANSPORTES Y MOVILIDAD SOSTENIBLE	TRANSPORTES Y MOVILIDAD SOSTENIBLE	PLAN DE ACCIONES DE COMUNICACIÓN SOBRE SERVICIOS DE INTERÉS PÚBLICO QUE INFLUYEN EN LA CALIDAD DE VIDA DE LA CIUDADANÍA EN EL ÁMBITO DEL TRANSPORTE Y LA MOVILIDAD	2.500.000	2.429.036	-2,84%
	AGENCIA ESTATAL DE SEGURIDAD FERROVIARIA	COMPORTAMIENTOS SEGUROS EN ENTORNOS FERROVIARIOS	910.000	96.800	-89,36%
	ENAIRE	DIFUSIÓN DE CONVOCATORIAS DE EMPLEO PÚBLICO, PRINCIPALMENTE CONVOCATORIAS DE PLAZAS DE CONTROL AÉREO Y TÉCNICOS DE MANTENIMIENTO	48.400	25.610	-47,09%
	SOCIEDAD DE SALVAMENTO Y SEGURIDAD MARÍTIMA (SASEMAR)	SEGURIDAD EN NÁUTICA DE RECREO	18.029	14.819	-17,80%
		FUNCIONES DE SASEMAR	18.029	2.210	-87,74%
TOTAL TRANSPORTES Y MOVILIDAD SOSTENIBLE			3.494.458	2.568.475	-26,50%
EDUCACIÓN, FORMACIÓN PROFESIONAL Y DEPORTES	SECRETARÍA GENERAL DE FORMACIÓN PROFESIONAL	EL NUEVO MODELO DE FORMACIÓN PROFESIONAL Y SUS POSIBILIDADES, BASADO EN LA FORMACIÓN PERMANENTE A LO LARGO DE LA VIDA PROFESIONAL PARA QUE NADIE SE QUEDE ATRÁS	1.000.000	1.049.865	4,99%
	DIRECCIÓN GENERAL DE PLANIFICACIÓN Y GESTIÓN EDUCATIVA	DIFUSIÓN DE BECAS Y AYUDAS AL ESTUDIO	850.000	917.713	7,97%
TOTAL EDUCACIÓN, FORMACIÓN PROFESIONAL Y DEPORTES			1.850.000	1.967.578	6,36%

MINISTERIO	CENTRO DIRECTIVO / ORGANISMO	CAMPAÑA	PRESUPUESTO PREVISTO EN PLAN	EJECUTADO INFORME	% VARIACIÓN
TRABAJO Y ECONOMÍA SOCIAL	GABINETE DE LA MINISTRA	INSPECCIÓN DE TRABAJO	500.000	454.681	-9,06%
		1º DE MAYO: DÍA INTERNACIONAL DEL TRABAJO	500.000	412.167	-17,57%
	SECRETARÍA DE ESTADO DE ECONOMÍA SOCIAL	2025, AÑO INTERNACIONAL DE LAS COOPERATIVAS	100.000	94.962	-5,04%
	UNIDAD ADMINISTRADORA DEL FONDO SOCIAL EUROPEO	DÍA DE EUROPA	18.000	17.787	-1,18%
TOTAL TRABAJO Y ECONOMÍA SOCIAL			1.118.000	979.596	-12,38%
INDUSTRIA Y TURISMO	OFICINA ESPAÑOLA DE PATENTES Y MARCAS (OEPM)	CONCIENCIACIÓN Y SENSIBILIZACIÓN SOBRE LAS FALSIFICACIONES DE BIENES Y MERCANCÍAS Y SUS CONSECUENCIAS SOCIALES Y ECONÓMICAS	1.430.000	1.386.294	-3,06%
TOTAL INDUSTRIA Y TURISMO			1.430.000	1.386.294	-3,06%
AGRICULTURA, PESCA Y ALIMENTACIÓN	SUBSECRETARÍA DE AGRICULTURA, PESCA Y ALIMENTACIÓN	VALORIZACIÓN DEL MUNDO RURAL	300.000	291.899	-2,70%
	DIRECCIÓN GENERAL DE ALIMENTACIÓN	ALIMENTOS DE ESPAÑA, ALIMENTOS DE TODOS	5.210.000	4.813.469	-7,61%
		PARTICIPACIÓN EN FERIAS Y EVENTOS DE CARÁCTER AGROALIMENTARIO Y PESQUERO 2025	1.500.000	1.930.241	28,68%
		PREMIOS ALIMENTOS DE ESPAÑA 2025	114.500	95.253	-16,81%
	DIRECCIÓN GENERAL DE DESARROLLO RURAL, INNOVACIÓN Y FORMACIÓN AGROALIMENTARIA	PRESENCIA INSTITUCIONAL DE CAMINOS NATURALES EN FITUR 2025	290.774	200.400	-31,08%
	ENTIDAD ESTATAL DE SEGUROS AGRARIOS (ENESA)	PLAN DE SEGUROS AGRARIOS	395.000	335.484	-15,07%
FONDO ESPAÑOL DE GARANTÍA AGRARIA (FEGA)	AYUDAS PAC 2025	302.415	306.417	1,32%	
TOTAL AGRICULTURA, PESCA Y ALIMENTACION			8.112.689	7.973.161	-1,72%
POLÍTICA TERRITORIAL Y MEMORIA DEMOCRÁTICA	SECRETARÍA DE ESTADO DE MEMORIA DEMOCRÁTICA	EL VALOR DE LAS LIBERTADES Y LA DEMOCRACIA EN ESPAÑA	7.835.000	5.602.255	-28,50%
TOTAL POLITICA TERRITORIAL Y MEMORIA DEMOCRÁTICA			7.835.000	5.602.255	-28,50%
TRANSICIÓN ECOLÓGICA Y EL RETO DEMOGRÁFICO	SUBSECRETARÍA PARA LA TRANSICIÓN ECOLÓGICA Y EL RETO DEMOGRÁFICO	PROMOCIÓN DEL EMPLEO PÚBLICO EN EL MINISTERIO PARA LA TRANSICIÓN ECOLÓGICA Y EL RETO DEMOGRÁFICO	65.000	41.959	-35,45%
	INSTITUTO PARA LA DIVERSIFICACIÓN Y AHORRO DE LA ENERGÍA (IDAE)	LAS PERSONAS EN EL CENTRO DE LA TRANSICIÓN ENERGÉTICA	3.630.000	3.501.902	-3,53%
	FUNDACIÓN CIUDAD DE LA ENERGÍA - CIUDEN, F.S.P.	ACTIVIDAD DE CIUDEN	25.000	15.496	-38,02%
	CONFEDERACIÓN HIDROGRÁFICA DEL CANTÁBRICO	ACTUALIDAD DE LA CONFEDERACIÓN HIDROGRÁFICA DEL CANTÁBRICO	44.500	43.547	-2,14%
	CONFEDERACIÓN HIDROGRÁFICA DEL DUERO	DÍA MUNDIAL DEL MEDIO AMBIENTE	15.000	11.578	-22,81%
		ACTUALIDAD DE LA CONFEDERACIÓN HIDROGRÁFICA DEL DUERO	15.000	8.540	-43,06%
		DÍA MUNDIAL DEL AGUA	15.000	12.021	-19,86%
	CONFEDERACIÓN HIDROGRÁFICA DEL GUADALQUIVIR	ACTUALIDAD E INFORMACIÓN DE INTERÉS PÚBLICO Y GENERAL	36.200	54.232	49,81%
		INFORMACIÓN DE INTERÉS PARA EL SECTOR DE LA AGRICULTURA EN LA CUENCA	18.140	18.142	0,01%
		MEDIDAS DE EFICIENCIA ADOPTADAS ANTE SITUACIÓN DE SEQUÍA Y/O INUNDACIONES	18.100	15.709	-13,21%
		DÍA MUNDIAL DEL AGUA	18.100	14.902	-17,67%
	CONFEDERACIÓN HIDROGRÁFICA DEL GUADIANA	TEMAS DE ACTUALIDAD EN LA CONFEDERACIÓN HIDROGRÁFICA DEL GUADIANA	67.500	60.392	-10,53%
		DÍA MUNDIAL DEL AGUA	18.150	5.342	-70,57%

MINISTERIO	CENTRO DIRECTIVO / ORGANISMO	CAMPAÑA	PRESUPUESTO PREVISTO EN PLAN	EJECUTADO INFORME	% VARIACIÓN	
TRANSICIÓN ECOLÓGICA Y EL RETO DEMOGRÁFICO	CONFEDERACIÓN HIDROGRÁFICA DEL MIÑO-SIL	LA ACTIVIDAD DE LA CHMS	18.000	16.335	-9,25%	
		RIQUEZA NATURAL Y PATRIMONIO FLUVIAL EN LA DEMARCACIÓN DEL MIÑO-SIL	18.000	18.033	0,18%	
		USO SOSTENIBLE DEL AGUA	18.000	17.242	-4,21%	
		FONDOS EUROPEOS	17.000	14.692	-13,57%	
		EL CUIDADO DEL MEDIO AMBIENTE, RESPONSABILIDAD COMPARTIDA	17.000	14.028	-17,48%	
	MANCOMUNIDAD DE LOS CANALES DEL TAIBILLA (MCT)	DÍA MUNDIAL DEL AGUA	16.000	13.853	-13,42%	
		FOMENTO DEL AHORRO DEL AGUA Y EL USO RESPONSABLE DE ESTE RECURSO	80.000	65.159	-18,55%	
		DIVULGACIÓN DE LA ACTIVIDAD QUE REALIZA LA MANCOMUNIDAD DE LOS CANALES DEL TAIBILLA.	25.000	15.542	-37,83%	
		DÍA MUNDIAL DEL MEDIOAMBIENTE	9.000	7.068	-21,46%	
	SOCIEDAD ESTATAL AGUAS DE LAS CUENCAS DE ESPAÑA (GRUPO PATRIMONIO)	DÍA MUNDIAL DEL AGUA	9.000	8.374	-6,96%	
		DÍA MUNDIAL DEL AGUA	10.000	9.904	-0,96%	
		DÍA DE EUROPA	10.000	8.863	-11,37%	
		ACUAES MEJORA EL SANEAMIENTO Y DEPURACIÓN DE LA ISLA DE TENERIFE	10.000	8.509	-14,91%	
		ACUAES MEJORA EL SANEAMIENTO Y DEPURACIÓN DE LOS MUNICIPIOS DE LA CUENCA ALTA DEL RÍO GUADIARO (MÁLAGA)	8.000	4.069	-49,13%	
		ACUAES PONE EN MARCHA LA DEPURADORA DE QUINTANAR DE LA ORDEN (TOLEDO)	6.000	5.296	-11,73%	
		ACUAES MEJORA EL SANEAMIENTO Y DEPURACIÓN DE MUNICIPIOS DE LA PROVINCIA DE HUELVA	6.000	4.999	-16,68%	
		OFICINA ESPAÑOLA DEL CAMBIO CLIMÁTICO	CONCIENCIACIÓN SOBRE CAMBIO CLIMÁTICO	2.307.500	348.093	-84,91%
		DIRECCIÓN GENERAL DE BIODIVERSIDAD, BOSQUES Y DESERTIFICACIÓN	RESTAURACIÓN DE LA NATURALEZA	343.500	300.256	-12,59%
		O.A. PARQUES NACIONALES	DIFUSIÓN DE LA RED ESPAÑOLA DE RESERVAS DE LA BIOSFERA: MARCA DE CALIDAD Y ESCAPARATE VIRTUAL	115.589	249.823	116,13%
	DIRECCIÓN GENERAL DE POLÍTICAS CONTRA LA DESPOBLACIÓN	COHESIÓN TERRITORIAL	1.200.000	1.141.310	-4,89%	
	DIRECCIÓN GENERAL DE POLÍTICAS CONTRA LA DESPOBLACIÓN	DIFUSIÓN PROGRAMA CAMPUS RURAL	200.000	199.831	-0,08%	
	TOTAL TRANSICIÓN ECOLÓGICA Y EL RETO DEMOGRÁFICO			8.429.279	6.275.043	-25,56%
	VIVIENDA Y AGENDA URBANA	SUBSECRETARÍA DE VIVIENDA Y AGENDA URBANA	PLAN DE ACCIONES DE COMUNICACIÓN SOBRE SERVICIOS DE INTERÉS PÚBLICO QUE INFLUYEN EN LA CALIDAD DE VIDA DE LA CIUDADANÍA EN EL ÁMBITO DE VIVIENDA Y AGENDA URBANA	3.500.000	3.150.318	-9,99%
	TOTAL VIVIENDA Y AGENDA URBANA			3.500.000	3.150.318	-9,99%
	CULTURA	CENTRO DE COORDINACIÓN DE INDUSTRIAS CULTURALES	THE GOOD GAMER	10.000	5.000	-50,00%
			BONO CULTURAL JOVEN 2025	4.700.000	4.416.291	-6,04%
		DIRECCIÓN GENERAL DE DERECHOS CULTURALES	DERECHOS CULTURALES	3.300.000	3.459.000	4,82%
EN DEFENSA DE LOS DERECHOS DE PROPIEDAD INTELECTUAL			118.138	113.613	-3,83%	
PROGRAMAS EUROPEOS "EUROPA CREATIVA" Y "CIUDADANOS, IGUALDAD, DERECHOS Y VALORES"			16.000	1.300	-91,88%	
ACTIVIDADES DEL PROGRAMA CULTURA Y CIUDADANÍA			12.250	676	-94,48%	

MINISTERIO	CENTRO DIRECTIVO / ORGANISMO	CAMPAÑA	PRESUPUESTO PREVISTO EN PLAN	EJECUTADO INFORME	% VARIACIÓN
CULTURA	INSTITUTO DE LA CINEMATOGRAFÍA Y DE LAS ARTES AUDIOVISUALES (ICAA)	PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN DE LA CINEMATOGRAFÍA ESPAÑOLA 2025	18.000	1.549	-91,40%
		06 OCT - DÍA DEL CINE ESPAÑOL 2025	18.000	12.856	-28,58%
		PROGRAMACIÓN DE FILMOTECA ESPAÑOLA Y DE EFEMÉRIDES E HITOS DEL CINE ESPAÑOL	12.500	484	-96,13%
		PREMIO NACIONAL DE CINEMATOGRAFÍA 2025	12.000	4.041	-66,32%
		PREMIOS GOYA 2025	11.000	13.205	20,04%
TOTAL CULTURA			8.227.888	8.028.015	-2,43%
ECONOMÍA, COMERCIO Y EMPRESA	SUBSECRETARÍA DE ECONOMÍA, COMERCIO Y EMPRESA	DIFUSIÓN Y VISIBILIZACIÓN DEL PLAN DE RECUPERACIÓN, TRANSFORMACIÓN Y RESILIENCIA (PRTR)	4.850.000	1.912.370	-60,57%
TOTAL ECONOMÍA, COMERCIO Y EMPRESA			4.850.000	1.912.370	-60,57%
SANIDAD	DIRECCIÓN GENERAL DE SALUD PÚBLICA Y EQUIDAD EN SALUD	PROMOCIÓN DE HÁBITOS SALUDABLES EN LA INFANCIA	4.500.000	1.788.556	-60,25%
		SALUD Y CAMBIO CLIMÁTICO	700.000	96.997	-86,14%
		SALUD Y MUJER	450.000	439.983	-2,23%
	COMISIONADO DE SALUD MENTAL	PREVENCIÓN DEL VIH Y OTRAS INFECCIONES DE TRANSMISIÓN SEXUAL (ITS)	230.000	222.988	-3,05%
		PREVENCIÓN DEL TABAQUISMO Y PROTECCIÓN DE LA SALUD	185.000	180.371	-2,50%
	AGENCIA ESPAÑOLA DE MEDICAMENTOS Y PRODUCTOS SANITARIOS	PROMOCIÓN Y PROTECCIÓN DE LA SALUD MENTAL	631.000	621.566	-1,50%
		INFORMACIÓN SOBRE EL USO PRUDENTE DE LOS ANTIBIÓTICOS	550.000	534.129	-2,89%
	LA EVIDENCIA CIENTÍFICA APLICADA A LA SALUD	450.000	428.197	-4,85%	
TOTAL SANIDAD			7.696.000	4.312.785	-43,96%
DERECHOS SOCIALES, CONSUMO Y AGENDA 2030	DIRECCIÓN GENERAL DE AGENDA 2030	AGENDA 2030: UN FUTURO POSIBLE	1.218.345	66.550	-94,54%
	DIRECCIÓN GENERAL DE CONSUMO	INFORMACIÓN SOBRE JUNTAS ARBITRALES DE CONSUMO	180.000	135.203	-24,89%
	DIRECCIÓN GENERAL DE ORDENACIÓN DEL JUEGO	LA NATURALEZA Y RIESGOS DE LAS CAJAS BOTÍN	2.100.000	1.932.836	-7,96%
	SECRETARÍA DE ESTADO DE DERECHOS SOCIALES	SENSIBILIZACIÓN SOBRE LOS SERVICIOS PÚBLICOS DE DEPENDENCIA Y LA ATENCIÓN CENTRADA EN LA PERSONA	2.180.000	2.015.975	-7,52%
	DIRECCIÓN GENERAL DE DERECHOS DE LOS ANIMALES	BUENOS VECINOS	1.200.000	565.130	-52,91%
	DIRECCIÓN GENERAL DE DIVERSIDAD FAMILIAR Y SERVICIOS SOCIALES	SENSIBILIZACIÓN SOBRE LA SOLEDAD	1.500.000	125.235	-91,65%
TOTAL DERECHOS SOCIALES, CONSUMO Y AGENDA 2030			8.378.345	4.840.929	-42,22%
CIENCIA, INNOVACIÓN Y UNIVERSIDADES	SECRETARÍA GENERAL DE INNOVACIÓN	PREMIOS NACIONALES DE INNOVACIÓN Y DE DISEÑO	6.000	5.990	-0,18%
	SECRETARÍA GENERAL DE INVESTIGACIÓN	PREMIOS NACIONALES DE INVESTIGACIÓN Y PREMIOS NACIONALES DE INVESTIGACIÓN PARA JÓVENES 2025	6.500	6.534	0,52%
	SECRETARÍA GENERAL DE UNIVERSIDADES	CERTAMEN ARQUÍMEDES DE INTRODUCCIÓN A LA INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA	0	0	0,00%
		CERTAMEN JÓVENES INVESTIGADORES	0	0	0,00%
	CENTRO PARA EL DESARROLLO TECNOLÓGICO Y LA INNOVACIÓN, E.P.E (CDTI)	PROGRAMAS E INSTRUMENTOS PÚBLICOS DE APOYO A LA I+D EMPRESARIAL Y LA INNOVACIÓN	1.015.000	848.059	-16,45%
TOTAL CIENCIA, INNOVACIÓN Y UNIVERSIDADES			1.027.500	860.582	-16,25%

MINISTERIO	CENTRO DIRECTIVO / ORGANISMO	CAMPAÑA	PRESUPUESTO PREVISTO EN PLAN	EJECUTADO INFORME	% VARIACIÓN
IGUALDAD	SECRETARÍA DE ESTADO DE IGUALDAD Y PARA LA ERRADICACIÓN DE LA VIOLENCIA CONTRA LAS MUJERES	PROMOCIÓN DE LA IGUALDAD DE GÉNERO REAL Y EFECTIVA - 8M	2.300.000	1.826.794	-20,57%
		DIVULGACIÓN Y CONCIENCIACIÓN EN MATERIA DE EDUCACIÓN AFECTIVO-SEXUAL LIBRE DE VIOLENCIAS Y ESTEREOTIPOS SEXISTAS	2.300.000	998.636	-56,58%
		IGUALDAD SOCIAL Y LABORAL	1.500.000	1.455.738	-2,95%
	DELEGACIÓN DEL GOBIERNO CONTRA LA VIOLENCIA DE GÉNERO	CONCIENCIACIÓN SOCIAL CONTRA LAS DISTINTAS FORMAS DE VIOLENCIA CONTRA LAS MUJERES DURANTE 2025	5.960.000	5.236.403	-12,14%
	DIRECCIÓN GENERAL PARA LA IGUALDAD DE TRATO Y NO DISCRIMINACIÓN Y CONTRA EL RACISMO	SENSIBILIZACIÓN SOCIAL CONTRA EL RACISMO Y LA DISCRIMINACIÓN RACIAL	1.245.000	1.170.952	-5,95%
	DIRECCIÓN GENERAL PARA LA IGUALDAD REAL Y EFECTIVA DE LAS PERSONAS LGTBI+	20 ANIVERSARIO DE LA LEY DEL MATRIMONIO IGUALITARIO	1.265.000	1.197.122	-5,37%
TOTAL IGUALDAD			14.570.000	11.885.646	-18,42%
INCLUSIÓN, SEGURIDAD SOCIAL Y MIGRACIONES	SECRETARÍA GENERAL DE INCLUSIÓN	INFORMACIÓN SOBRE EL INGRESO MÍNIMO VITAL	1.840.000	1.827.922	-0,66%
TOTAL INCLUSIÓN, SEGURIDAD SOCIAL Y MIGRACIONES			1.840.000	1.827.922	-0,66%
TRANSFORMACIÓN DIGITAL Y DE LA FUNCIÓN PÚBLICA:	INSTITUTO NACIONAL DE CIBERSEGURIDAD DE ESPAÑA, S.A. (INCIBE)	DIFUSIÓN DE SERVICIOS PÚBLICOS Y CONCIENCIACIÓN EN CIBERSEGURIDAD PARA CIUDADANOS Y EMPRESAS	5.998.151	5.661.994	-5,60%
	RED.ES	DERECHOS DIGITALES	1.793.000	309.103	-82,76%
TOTAL TRANSFORMACIÓN DIGITAL Y DE LA FUNCIÓN PÚBLICA			7.791.151	5.971.097	-23,36%
SUMA TOTAL			115.032.460	85.956.955	-25,28%

Comparativa objetivos. Campañas institucionales Plan 2025-Informe 2025

(Cuadro 8.1.9)

Objetivo	Plan 2025				Informe 2025				Diferencia	
	Nº campañas	% nº camp.	Presupuesto previsto	% presupuesto	Nº campañas	% nº camp.	Presupuesto ejecutado	% presupuesto	Nº campañas	Presupuesto
A. Promover la difusión y conocimiento de los valores y principios constitucionales	17	11,64%	34.490.000	21,40%	11	9,17%	21.285.185	24,17%	-6	-13.204.815
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	27	18,49%	41.432.213	25,71%	20	16,67%	24.155.137	27,42%	-7	-17.277.076
C. Informar a los ciudadanos sobre la existencia de procesos electorales y consultas populares		0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0
D. Difundir el contenido de aquellas disposiciones jurídicas que, por su novedad y repercusión social, requieran medidas complementarias para su conocimiento general	4	2,74%	4.850.000	3,01%	1	0,83%	3.150.318	3,58%	-3	-1.699.682
E. Difundir ofertas de empleo público que por su importancia e interés así lo aconsejen	4	2,74%	1.205.650	0,75%	3	2,50%	69.997	0,08%	-1	-1.135.653
F. Advertir de la adopción de medidas de orden o seguridad pública cuando afecten a una pluralidad de destinatarios		0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0
G. Anunciar medidas preventivas de riesgos o que contribuyan a la eliminación de daños de cualquier naturaleza para la salud de las personas o el patrimonio natural	34	23,29%	36.085.356	22,39%	29	24,17%	13.170.879	14,95%	-5	-22.914.477
H. Apoyar a sectores económicos españoles en el exterior, promover la comercialización de productos españoles y atraer inversiones extranjeras	8	5,48%	19.730.700	12,24%	6	5,00%	6.859.129	7,79%	-2	-12.871.571
I. Difundir las lenguas y el patrimonio histórico y natural de España	5	3,42%	4.624.363	2,87%	3	2,50%	468.256	0,53%	-2	-4.156.107
J. Comunicar programas y actuaciones públicas de relevancia e interés social	47	32,19%	18.747.485	11,63%	47	39,17%	18.919.947	21,48%	0	172.462
Total	146	100%	161.165.767	100%	120	100%	88.078.848	100%	-26	-73.086.919

Comparativa campañas planificadas por más de dos millones de euros. Plan 2025-Informe 2025

(Cuadro 8.1.10)

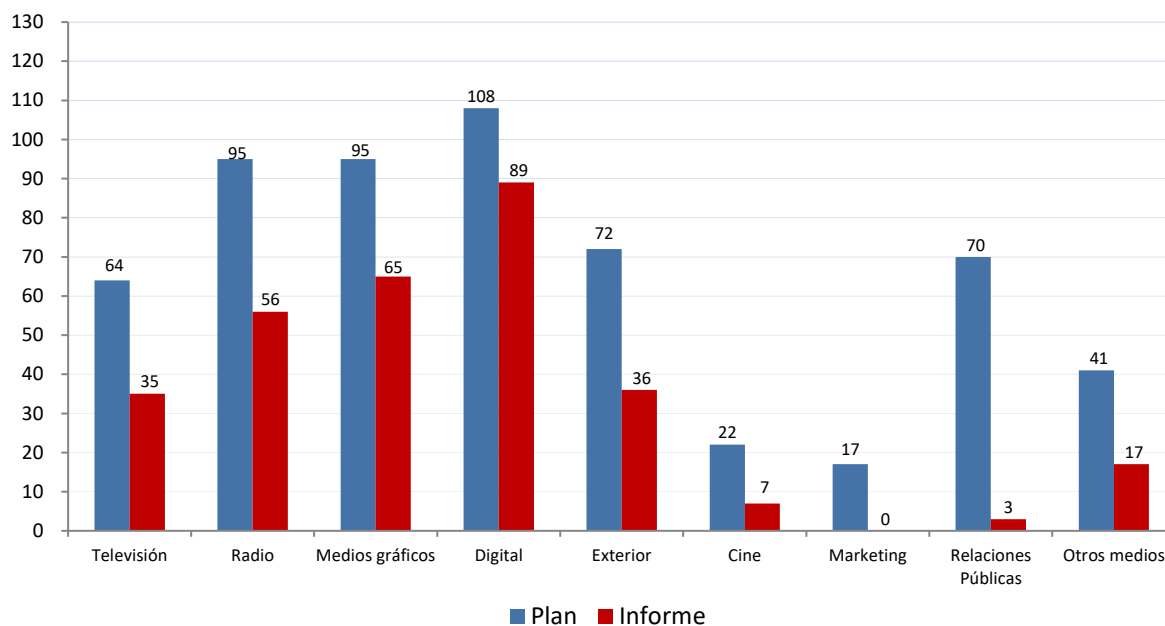
MINISTERIO	CENTRO DIRECTIVO / ORGANISMO	TITULO CAMPAÑA	INVERSIÓN PLANIFICADA	INVERSIÓN REALIZADA	DIFERENCIA
INTERIOR	JEFATURA CENTRAL DE TRÁFICO - DGT	CAMPAÑA PARA LA DIVULGACIÓN DE LA SEGURIDAD VIAL	11.404.000	5.873.105	-5.530.895
HACIENDA	AGENCIA TRIBUTARIA	SENSIBILIZACIÓN FISCAL E INFORMACIÓN Y ASISTENCIA A LA CIUDADANÍA EN EL CUMPLIMIENTO DE SUS OBLIGACIONES FISCALES	9.000.000	7.190.017	-1.809.983
POLÍTICA TERRITORIAL Y MEMORIA DEMOCRÁTICA	SECRETARÍA DE ESTADO DE MEMORIA DEMOCRÁTICA	EL VALOR DE LAS LIBERTADES Y LA DEMOCRACIA EN ESPAÑA	7.835.000	5.602.255	-2.232.745
TRANSFORMACIÓN DIGITAL Y DE LA FUNCIÓN PÚBLICA	INSTITUTO NACIONAL DE CIBERSEGURIDAD DE ESPAÑA, S.A. (INCIBE)	DIFUSIÓN DE SERVICIOS PÚBLICOS Y CONCIENCIACIÓN EN CIBERSEGURIDAD PARA CIUDADANOS Y EMPRESAS	5.998.151	5.661.994	-336.157
IGUALDAD	DELEGACIÓN DE GOBIERNO CONTRA LA VIOLENCIA DE GÉNERO	CONCIENCIACIÓN SOCIAL CONTRA LAS DISTINTAS FORMAS DE VIOLENCIA CONTRA LAS MUJERES DURANTE 2025	5.960.000	5.236.403	-723.597
AGRICULTURA, PESCA Y ALIMENTACIÓN	DIRECCIÓN GENERAL DE ALIMENTACIÓN	ALIMENTOS DE ESPAÑA, ALIMENTOS DE TODOS	5.210.000	4.813.469	-396.531
TRANSFORMACIÓN DIGITAL Y DE LA FUNCIÓN PÚBLICA	INSTITUTO NACIONAL DE CIBERSEGURIDAD DE ESPAÑA, S.A. (INCIBE)	CONCIENCIACIÓN EN MATERIA DE CIBERSEGURIDAD. INNOVACIÓN EN CIBERSEGURIDAD EN EL ÁMBITO DE LAS UNIVERSIDADES	5.000.000	0	-5.000.000
ECONOMÍA, COMERCIO Y EMPRESA	SUBSECRETARÍA	DIFUSIÓN Y VISIBILIZACIÓN DEL PLAN DE RECUPERACIÓN, TRANSFORMACIÓN Y RESILIENCIA (PRTR)	4.850.000	1.912.370	-2.937.630
CULTURA	DIRECCIÓN GENERAL DE DERECHOS CULTURALES	PROMOCIÓN DEL BONO CULTURAL JOVEN 2025	4.700.000	4.416.291	-283.709
SANIDAD	DIRECCIÓN GENERAL DE SALUD PÚBLICA Y EQUIDAD EN SALUD	PROMOCIÓN DE HÁBITOS SALUDABLES EN LA INFANCIA	4.500.000	1.788.556	-2.711.444
AGRICULTURA, PESCA Y ALIMENTACIÓN	DIRECCIÓN GENERAL DE ALIMENTACIÓN	ORGULLO DE ALIMENTOS DE ESPAÑA	4.282.600	0	-4.282.600
AGRICULTURA, PESCA Y ALIMENTACIÓN	DIRECCIÓN GENERAL DE DESARROLLO RURAL, INNOVACIÓN Y FORMACIÓN AGROALIMENTARIA	CAMINOS NATURALES DE ESPAÑA. ELIGE TU CAMINO	4.000.000	0	-4.000.000
AGRICULTURA, PESCA Y ALIMENTACIÓN	DIRECCIÓN GENERAL DE ALIMENTACIÓN	ALIMENTOS DE ESPAÑA Y GASTRONOMÍA	3.887.600	0	-3.887.600
TRANSICIÓN ECOLÓGICA Y EL RETO DEMOGRÁFICO	INSTITUTO PARA LA DIVERSIFICACIÓN Y AHORRO DE LA ENERGÍA (IDAE)	LAS PERSONAS EN EL CENTRO DE LA TRANSICIÓN ENERGÉTICA	3.630.000	3.501.902	-128.098
TRABAJO Y ECONOMÍA SOCIAL	INSTITUTO NACIONAL DE SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO	SEGURIDAD Y SALUD EN EL SECTOR DEL TRABAJO DOMÉSTICO	3.500.000	0	-3.500.000
VIVIENDA Y AGENDA URBANA	SUBSECRETARÍA	PLAN DE ACCIONES DE COMUNICACIÓN SOBRE SERVICIOS DE INTERÉS PÚBLICO QUE INFLUYEN EN LA CALIDAD DE VIDA DE LA CIUDADANÍA EN EL ÁMBITO DE VIVIENDA Y AGENDA URBANA	3.500.000	3.150.318	-349.682
CULTURA	DIRECCIÓN GENERAL DE DERECHOS CULTURALES	DERECHOS CULTURALES	3.300.000	3.459.000	159.000
TRANSFORMACIÓN DIGITAL Y DE LA FUNCIÓN PÚBLICA	INSTITUTO NACIONAL DE CIBERSEGURIDAD DE ESPAÑA, S.A. (INCIBE)	TELÉFONO DE INFORMACIÓN DIGITAL 017	2.810.000	0	-2.810.000
PRESIDENCIA, JUSTICIA Y RELACIONES CON LAS CORTES	PRESIDENCIA, JUSTICIA Y RELACIONES CON LAS CORTES	BECAS SERÉ PARA LA PREPARACIÓN DE OPOSICIONES DE JUSTICIA	2.707.000	2.453.615	-253.386
TRANSPORTES Y MOVILIDAD SOSTENIBLE	TRANSPORTES Y MOVILIDAD SOSTENIBLE	PLAN DE ACCIONES DE COMUNICACIÓN SOBRE SERVICIOS DE INTERÉS PÚBLICO QUE INFLUYEN EN LA CALIDAD DE VIDA DE LA CIUDADANÍA EN EL ÁMBITO DEL TRANSPORTE Y LA MOVILIDAD	2.500.000	2.429.036	-70.964
JUVENTUD E INFANCIA	SECRETARÍA DE ESTADO DE JUVENTUD E INFANCIA	ENTORNOS DIGITALES SEGUROS	2.470.000	0	-2.470.000
TRANSICIÓN ECOLÓGICA Y EL RETO DEMOGRÁFICO	SECRETARÍA DE ESTADO DE MEDIO AMBIENTE	CONCIENCIACIÓN SOBRE CAMBIO CLIMÁTICO	2.307.500	348.093	-1.959.407
IGUALDAD	SECRETARÍA DE ESTADO DE IGUALDAD Y PARA LA ERRADICACIÓN DE LA VIOLENCIA CONTRA LAS MUJERES	DIVULGACIÓN Y CONCIENCIACIÓN EN MATERIA DE EDUCACIÓN AFECTIVO-SEXUAL LIBRE DE VIOLENCIAS Y ESTEREOTIPOS SEXISTAS	2.300.000	998.636	-1.301.364
IGUALDAD	SECRETARÍA DE ESTADO DE IGUALDAD Y PARA LA ERRADICACIÓN DE LA VIOLENCIA CONTRA LAS MUJERES	PROMOCIÓN DE LA IGUALDAD DE GÉNERO REAL Y EFECTIVA - 8M	2.300.000	1.826.794	-473.206
TRABAJO Y ECONOMÍA SOCIAL	SERVICIO PÚBLICO DE EMPLEO ESTATAL	DIFUSIÓN DE LA NUEVA AGENCIA ESPAÑOLA DE EMPLEO Y SUS ACTIVIDADES	2.250.000	0	-2.250.000
DERECHOS SOCIALES, CONSUMO Y AGENDA 2030	SECRETARÍA DE ESTADO DE DERECHOS SOCIALES	SENSIBILIZACIÓN SOBRE LOS SERVICIOS PÚBLICOS DE DEPENDENCIA Y LA ATENCIÓN CENTRADA EN LA PERSONA	2.180.000	2.015.975	-164.025
DERECHOS SOCIALES, CONSUMO Y AGENDA 2030	DIRECCIÓN GENERAL DE ORDENACIÓN DEL JUEGO	LA NATURALEZA Y RIESGOS DE LAS CAJAS BOTÍN	2.100.000	1.932.836	-167.164

Comparativa de medios de difusión. Plan 2025-Informe 2025

(Cuadro 8.1.11)

Medios	Plan 2025		Informe 2025		Diferencia	
	Nº campañas	%	Nº campañas	%	Nº campañas	%
Televisión	64	43,8%	35	29,2%	-29	-14,7%
Radio	95	65,1%	56	46,7%	-39	-18,4%
Medios gráficos	95	65,1%	65	54,2%	-30	-10,9%
Digital	108	74,0%	89	74,2%	-19	0,2%
Exterior	72	49,3%	36	30,0%	-36	-19,3%
Cine	22	15,1%	7	5,8%	-15	-9,2%
Marketing	17	11,6%	0	0,0%	-17	-11,6%
Relaciones Públicas	70	47,9%	3	2,5%	-67	-45,4%
Otros medios	41	28,1%	17	14,2%	-24	-13,9%

(Gráfico 8.1.12)

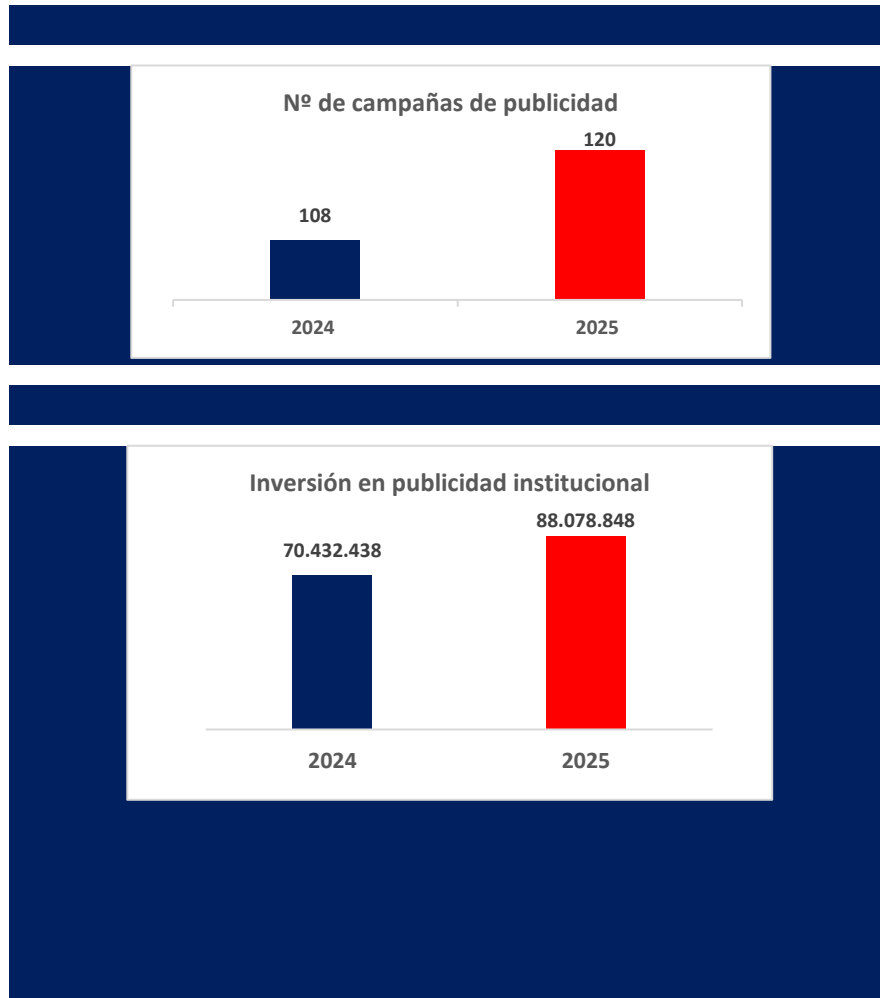


VIII.2 Comparativa Informes de Publicidad y Comunicación Institucional 2024-2025

El número de campañas realizadas en el año 2025 se ha incrementado en un 11,11%. Se han realizado 120 campañas frente a las 108 del año 2024.

El total de inversión en publicidad y comunicación institucional en el año 2025 ha sido de 88,07 millones de euros, aumentando con respecto a 2024 en un 25,06%.

(Cuadro 8.2.1)



En cuanto al peso inversor en 2025 respecto al total, es Igualdad con un 13,49% (11,88 millones de euros) el Ministerio que más ha invertido en publicidad institucional de la Administración General del Estado. En el año 2024 ese puesto fue ocupado por el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación con un 17,76% (12,5 millones de euros).

En 2025 se han realizado 12 campañas más que en 2024

La inversión en publicidad institucional en 2025 se ha incrementado en un 25,06% respecto al año anterior

Igualdad ha sido el ministerio que mayor inversión ha efectuado en publicidad institucional.

Comparativa número de campañas Informes 2024-2025
(Cuadro 8.2.2)

Ministerio	Número de campañas	
	Informe 2024	Informe 2025
Presidencia del Gobierno	1	0
Presidencia, Justicia y Relaciones con las Cortes	6	6
Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación	2	7
Hacienda	1	1
Interior	8	1
Transportes y Movilidad Sostenible	4	6
Educación, Formación Profesional y Deportes	0	2
Trabajo y Economía Social	7	4
Industria y Turismo	2	2
Agricultura, Pesca y Alimentación	10	7
Política Territorial y Memoria Democrática	2	2
Transición Ecológica y el Reto Demográfico	24	40
Vivienda y Agenda Urbana	1	1
Cultura	11	11
Economía, Comercio y Empresa	2	1
Sanidad	7	8
Derechos Sociales, Consumo y Agenda 2030	5	7
Ciencia, Innovación y Universidades	5	5
Igualdad	5	6
Inclusión, Seguridad Social y Migraciones	1	1
Transformación Digital y de la Función Pública	2	2
Juventud e Infancia	2	0
TOTAL	108	120

Comparativa inversión Informes 2024-2025
(Cuadro 8.2.3)

Ministerio	Inversión	
	Informe 2024	Informe 2025
Presidencia del Gobierno	18.085	0
Presidencia, Justicia y Relaciones con las Cortes	393.236	3.275.263
Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación	4.221	97.303
Hacienda	4.819.964	7.190.017
Interior	10.324.836	5.873.105
Transportes y Movilidad Sostenible	2.486.210	2.586.443
Educación, Formación Profesional y Deportes	0	1.967.578
Trabajo y Economía Social	889.387	979.596
Industria y Turismo	4.320.530	1.404.429
Agricultura, Pesca y Alimentación	12.508.275	7.973.161
Política Territorial y Memoria Democrática	87.665	7.058.494
Transición Ecológica y el Reto Demográfico	6.257.131	6.301.495
Vivienda y Agenda Urbana	16.767	3.150.318
Cultura	7.525.712	8.028.015
Economía, Comercio y Empresa	4.120.388	1.912.370
Sanidad	2.150.692	4.312.785
Derechos Sociales, Consumo y Agenda 2030	2.639.754	5.423.230
Ciencia, Innovación y Universidades	485.729	860.582
Igualdad	9.789.231	11.885.646
Inclusión, Seguridad Social y Migraciones	207.969	1.827.922
Transformación Digital y de la Función Pública	125.446	5.971.097
Juventud e Infancia	1.259.378	0
TOTAL	70.430.604	88.078.848

Comparativa objetivos: porcentaje de inversión Informes 2024-2025 (Cuadro 8.2.4)

Objetivo	Informe 2024				Informe 2025				Diferencia	
	Nº campañas	% nº camp.	Inversión	% inversión	Nº campañas	% nº camp.	Inversión	% inversión	Nº campañas	Presupuesto
A. Promover la difusión y conocimiento de los valores y principios constitucionales	9	8,33%	11.691.938	16,60%	11	9,17%	21.285.185	24,17%	2	9.593.247
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	10	9,26%	5.471.356	7,77%	20	16,67%	24.155.137	27,42%	10	18.683.780
C. Informar a los ciudadanos sobre la existencia de procesos electorales y consultas populares	7	6,48%	33.257	0,05%	0	0,00%	0	0,00%	-7	-33.257
D. Difundir el contenido de aquellas disposiciones jurídicas que, por su novedad y repercusión social, requieran medidas complementarias para su conocimiento general	2	1,85%	1.240.169	1,76%	1	0,83%	3.150.318	3,58%	-1	1.910.150
E. Difundir ofertas de empleo público que por su importancia e interés así lo aconsejen	2	1,85%	239.358	0,34%	3	2,50%	69.997	0,08%	1	-169.361
F. Advertir de la adopción de medidas de orden o seguridad pública cuando afecten a una pluralidad de destinatarios	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0
G. Anunciar medidas preventivas de riesgos o que contribuyan a la eliminación de daños de cualquier naturaleza para la salud de las personas o el patrimonio natural	29	26,85%	18.036.255	25,61%	29	24,17%	13.170.879	14,95%	0	-4.865.376
H. Apoyar a sectores económicos españoles en el exterior, promover la comercialización de productos españoles y atraer inversiones extranjeras	8	7,41%	10.705.219	15,20%	6	5,00%	6.859.129	7,79%	-2	-3.846.090
I. Difundir las lenguas y el patrimonio histórico y natural de España	2	1,85%	4.095.969	5,82%	3	2,50%	468.256	0,53%	1	-3.627.714
J. Comunicar programas y actuaciones públicas de relevancia e interés social	39	36,11%	18.917.084	26,86%	47	39,17%	18.919.947	21,48%	8	2.864
Total	108	100%	70.430.604	100%	120	100%	88.078.848	100%	12	17.648.243

Comparativa desglose de la inversión publicitaria Informes 2024-2025 (Cuadro 8.2.5)

	2024		2025	
	INVERSIÓN	% s/TOTAL	INVERSIÓN	% s/TOTAL
TOTAL PRODUCCIÓN/CREATIVIDAD	6.215.790	8,83%	12.448.202	14,13%
TOTAL DIFUSIÓN	64.057.436	90,95%	75.542.812	85,77%
TOTAL EVALUACIÓN	157.379	0,22%	87.834	0,10%
INVERSIÓN TOTAL	70.430.604	100,00%	88.078.848	100,00%

Comparativa número de campañas de más de un millón de euros. Informes 2024-2025 (Cuadro 8.2.6)

Ministerio	Informe 2024	Informe 2025
Presidencia, Justicia y Relaciones con las Cortes	0	1
Hacienda	1	1
Interior	1	1
Transportes y Movilidad Sostenible	1	1
Educación, Formación Profesional y Deportes	0	1
Industria y Turismo	2	1
Agricultura, Pesca y Alimentación	4	2
Política Territorial y Memoria Democrática	0	2
Transición Ecológica y el Reto Demográfico	1	2
Vivienda y Agenda Urbana	0	1
Cultura	2	2
Economía, Comercio y Empresa	2	1
Sanidad	0	1
Derechos Sociales, Consumo y Agenda 2030	1	2
Igualdad	4	5
Inclusión, Seguridad Social y Migraciones	0	1
Transformación Digital y de la Función Pública	0	1
Juventud e Infancia	1	0
TOTAL	20	26

Comparativa inversión en medios de difusión Informes 2024-2025 en miles de euros (Cuadro 8.2.7)

Herramienta de comunicación	2024		2025		Diferencia de inversión	
	Invers.	%	Invers.	%	Dif. Invers.	Dif. %
Televisión	15.624	24,4%	15.888	21,0%	-263	3,4%
Radio	13.225	20,6%	15.485	20,5%	-2.259	0,1%
Medios gráficos	8.154	12,7%	10.097	13,4%	-1.944	-0,6%
Digital	13.853	21,6%	20.851	27,6%	-6.998	-6,0%
Exterior	9.133	14,3%	10.536	13,9%	-1.404	0,3%
Cine	1.184	1,8%	615	0,8%	568	1,0%
Relaciones Públicas	2.486	3,9%	2.025	2,7%	460	1,2%
Marketing	198	0,3%	0	0,0%	198	0,3%
Otros medios	201	0,3%	45	0,1%	156	0,3%
Total	64.057	100%	75.543	100%	-11.485	

IX. Conclusiones

La Administración General del Estado en 2025 ha llevado a cabo **120 campañas** de publicidad y comunicación institucionales, un 11,11% más que en 2024 (108), con una **inversión total de 88,07 millones de euros**. Este coste representa un incremento de un 25,06% en publicidad institucional con respecto al año anterior cuya inversión fue de 70,43 millones de euros.

La inversión publicitaria total de la AGE (120 campañas institucionales más 51 comerciales) ha sido de **172,13 millones de euros**, lo que representa un **incremento de un 8,28% con respecto a 2024**, cuya inversión en ese año fue de 158,97 millones de euros.

Atendiendo a los objetivos que establece el artículo 3.1 de la Ley 29/2005, de 29 de diciembre, de Publicidad y Comunicación Institucional, la mayor inversión se ha realizado en campañas que promueven, por este orden: **“Informar sobre derechos y obligaciones legales, ...”**, **“promover la difusión y conocimiento de los valores y principios constitucionales”**, **“comunicar programas y actuaciones públicas de relevancia e interés social”** y **“anunciar medidas preventivas de riesgos ...”**.

Los ministerios que destacan en los tres primeros puestos, en cuanto a la inversión en publicidad institucional que han realizado, han sido Igualdad con el 13,49% (11,88 millones de euros), Cultura con el 9,11% (8,02 millones de euros) y Agricultura, Pesca y Alimentación con el 9,05% (7,97 millones de euros).

Veintiséis campañas de publicidad institucional han superado el millón de euros de inversión. La campaña que ha supuesto **mayor inversión** ha sido la de **“Sensibilización fiscal e información y asistencia a la ciudadanía en el cumplimiento de sus obligaciones fiscales”** promovida por la Agencia Estatal de Administración Tributaria del Ministerio de Hacienda.

En cuanto a la distribución de los medios de difusión, **Digital ha sido el medio más utilizado**, apareciendo en 89 campañas de las 120 realizadas.

En relación a la inversión efectuada en los medios para la difusión de estas campañas (75,54 millones de euros), el medio **Digital** (incluyendo prensa online, plataformas de TV conectada, plataformas de vídeo y audio online streaming, redes sociales y redes de distribución en sites especializados afines al target de campaña) ocupa el primer puesto con un 27,60% del total de inversión, seguido de **televisión** con un 21,03% y **radio** con un 20,50%.

En 2025 se han evaluado mediante contrato centralizado de evaluación, cinco campañas de publicidad institucional, alguna en dos de sus oleadas. Otras tres campañas han sido evaluadas al margen del citado contrato centralizado una vez finalizada su vigencia. Uno de los informes de evaluación se ha realizado mediante la metodología CAPI -Computer-Assisted Personal Interviewing- y el resto mediante la metodología CAWI -Computer-Assisted Web Interviewing-.

La AGE ha llevado a cabo 120 campañas de publicidad y comunicación institucional en el año 2025 por importe de 88,07 millones de euros

Igualdad es el ministerio que ha realizado mayor inversión en publicidad institucional

La campaña de mayor inversión ha sido la de “Sensibilización fiscal...” promovida por la Agencia Estatal de Administración Tributaria del Ministerio de Hacienda

Digital ha sido el medio más utilizado para la difusión de las campañas y el que ha supuesto la mayor inversión

Campañas comerciales no sujetas a la Ley 29/2005

MINISTERIO	CENTRO DIRECTIVO/ORGANISMO	TÍTULO CAMPAÑA	COSTE
PRESIDENCIA, JUSTICIA Y RELACIONES CON LAS CORTES	BOLETÍN OFICIAL DEL ESTADO	PRODUCTOS Y SERVICIOS DE LA AGENCIA ESTATAL BOLETÍN OFICIAL DEL ESTADO	4.245
	PATRIMONIO NACIONAL	DIFUSIÓN Y PROMOCIÓN DE LA VISITA Y DE LAS EXPOSICIONES TEMPORALES EN LA GALERÍA DE LAS COLECCIONES REALES	71.985
Total PRESIDENCIA, RELACIONES CON LAS CORTES Y MEMORIA DEMOCRÁTICA			76.230
HACIENDA	AGENCIA EFE, S.A., S.M.E.	PODCAST "A POR EL TÍTULO" Y NEWSLETTER "EFE SPORT BUSINESS"	14.560
	COMPañÍA ESPAÑOLA DE TABACO EN RAMA, S.A. (CETARSA - SEPI)	INSERCIONES PUBLICITARIAS	30.836
	CORPORACIÓN RTVE (SEPI)	DIVULGACION DE VALORES DE RTVE Y PROMOCIÓN DE MARCAS, PRODUCTOS Y PROGRAMAS DE LA CORPORACIÓN	2.446.616
	ENSA EQUIPOS NUCLEARES, S.A. (SEPI)	ANUNCIOS ESPECIALIZADOS EN EL SECTOR NUCLEAR	5.990
	ENUSA INDUSTRIAS AVANZADAS, S.A. (SEPI)	PROMOCIÓN DE LA ACTIVIDAD EMPRESARIAL DE ENUSA Y DE LOS VALORES SOCIALES QUE LA DEFINEN	78.990
	FÁBRICA NACIONAL DE MONEDA Y TIMBRE- REAL CASA DE LA MONEDA	ETIQUETAS	1.960
		MONEDAS DE COLECCIÓN AÑO 2025	326.984
	GRUPO HUNOSA (SEPI)	PROMOCIÓN DE LA ACTIVIDAD EMPRESARIAL DEL GRUPO HUNOSA	92.177
	HIPÓDROMO DE LA ZARZUELA (SEPI)	HIPÓDROMO DE LA ZARZUELA (HZ), EL HOGAR DEL PURA SANGRE	130.766
	MINAS DE ALMADÉN Y ARRAYANES, S.A. (MAYASA - SEPI)	PROMOCIÓN PARQUE MINERO DE ALMADÉN	8.279
	NAVANTIA (SEPI)	INSERCIONES EN REVISTAS ESPECIALIZADAS Y MEDIOS GENERALISTAS SOBRE CONSTRUCCIÓN Y REPARACIÓN NAVAL, DEFENSA Y SECTOR EÓLICO MARINO	439.783
	SOCIEDAD ANÓNIMA ESTATAL DE CAUCIÓN AGRARIA (SAECA - SEPI)	RECONOCIMIENTO DE MARCA SAECA	1.815
	SOCIEDAD ESTATAL CORREOS Y TELÉGRAFOS, S.A. (SEPI)	ACCIONES DE COMUNICACIÓN Y POSICIONAMIENTO DE MARCA	950.911
		ACUERDOS DE COLABORACIÓN Y PATROCINIOS PUBLICITARIOS	1.070.850
		CAMPAÑAS DE MARKETING Y PUBLICIDAD DE APOYO A NEGOCIO	5.778.076
SOCIEDAD ESTATAL DE LOTERÍAS Y APUESTAS DEL ESTADO, S.A. (GRUPO PATRIMONIO)	JUEGOS ACTIVOS Y PASIVOS: EUROMILLONES, EURODREAMS, LA PRIMITIVA, LOTOS, APUESTAS DEPORTIVAS, LOTERÍA NACIONAL Y SORTEOS DE NAVIDAD Y EL NIÑO E IMAGEN DE MARCA.	42.052.603	
TRAGSA (SEPI)	PROMOCIÓN DE LA ACTIVIDAD EMPRESARIAL	211.152	
Total HACIENDA			53.642.349
TRANSPORTES Y MOVILIDAD SOSTENIBLE	AENA SME, S.A.	NEGOCIOS COMERCIALES DE AENA	903.648
		POSICIONAMIENTO DE MARCA	13.248.756
	CENTRO NACIONAL DE INFORMACIÓN GEOGRÁFICA (CNIG)	DIFUSIÓN DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS DEL IGN Y CNIG	6.900
	ENAIRES	INSERCIONES PUBLICITARIAS GENÉRICAS DE ENAIRES	57.415
	INGENIERÍA Y ECONOMÍA DEL TRANSPORTE, S.A. (INECO)	POSICIONAMIENTO DE MARCA INECO	51.546
	PUERTOS DEL ESTADO	CAMPAÑA DE POSICIONAMIENTO DE PUERTOS DEL ESTADO Y LOS PUERTOS ESPAÑOLES	74.999
		INFORMACIÓN SOBRE AFECTACION POR OBRAS Y PLANES ALTERNATIVOS DE TRANSPORTE	1.830.114
	RENFE OPERADORA	NUEVOS PRODUCTOS Y SERVICIOS	52.576
OFERTAS Y DESCUENTOS		947.015	
Total TRANSPORTES Y MOVILIDAD SOSTENIBLE			17.172.969

MINISTERIO	CENTRO DIRECTIVO/ORGANISMO	TÍTULO CAMPAÑA	COSTE
INDUSTRIA Y TURISMO	ESCUELA DE ORGANIZACIÓN INDUSTRIAL (EOI)	CAPTACIÓN DE BENEFICIARIOS - ACELERA STARTUPS PRTR	67.522
		COMERCIALIZACIÓN CURSO ACADÉMICO 2025	455.396
		PROGRAMAS ACTIVA PRTR	155.961
		PROGRAMAS FSE+	324.319
		PROGRAMAS GENERACIÓN D (SEDIA) - PRTR	515.478
	INSTITUTO DE TURISMO DE ESPAÑA (TURESPAÑA)	CAMPAÑAS INTERNACIONALES DE TURESPAÑA EN 2025	1.838.600
PARADORES DE TURISMO DE ESPAÑA (GRUPO PATRIMONIO)	PARADORES ES OTRO MUNDO	4.061.083	
Total INDUSTRIA Y TURISMO			7.418.360
AGRICULTURA, PESCA Y ALIMENTACIÓN	EXPASA AGRICULTURA Y GANADERÍA S.M.E., S.A. (GRUPO PATRIMONIO)	VISITA A LAS INSTALACIONES DE EXPASA Y PROMOCIÓN DE YEGUADA CARTUJA HIERRO DE BOCADO	7.553
Total AGRICULTURA, PESCA Y ALIMENTACIÓN			7.553
TRANSICIÓN ECOLÓGICA Y EL RETO DEMOGRÁFICO	FUNDACIÓN CIUDAD DE LA ENERGÍA - CIUDEN, F.S.P.	ACTIVIDAD CULTURAL EN INSTALACIONES DE CIUDEN	101.110
		ACTIVIDAD DE LA OFICINA DE TRANSFORMACIÓN COMUNITARIA (OTC) TRANSENERCYL CIUDEN	17.275
		ACTIVIDAD FORMATIVA REALIZADA POR CIUDEN VIVERO	15.738
		DIFUSIÓN DE ACCIONES EN MATERIA DE HIDRÓGENO VERDE Y ALMACENAMIENTO ENERGÉTICO	8.923
		PROGRAMACIÓN CULTURAL DE DINAMIZ-ARTJ	2.101
Total TRANSICIÓN ECOLÓGICA Y EL RETO DEMOGRÁFICO			145.146
CULTURA	INSTITUTO NACIONAL DE LAS ARTES ESCÉNICAS Y DE LA MÚSICA (INAEM)	PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN DE LAS ARTES ESCÉNICAS Y DE LA MÚSICA A TRAVÉS DE LAS PROGRAMACIONES ARTÍSTICAS Y CENTROS DE PRODUCCIÓN DEPENDIENTES DEL INAEM	1.517.045
	MUSEO NACIONAL CENTRO DE ARTE REINA SOFÍA	EXPOSICIONES Y ACTIVIDADES DEL MUSEO REINA SOFÍA	24.894
	MUSEO NACIONAL DEL PRADO	DIFUSIÓN DE EXPOSICIONES Y ACTIVIDADES DEL MUSEO NACIONAL DEL PRADO	650.962
Total CULTURA			2.192.901
ECONOMÍA, COMERCIO Y EMPRESA	CESCE (GRUPO PATRIMONIO)	PRODUCTOS CESCE POR CUENTA DEL ESTADO	165.995
	ICEX	CAMPAÑAS DE CAPTACIÓN EN PAID MEDIA	210.944
	INSTITUTO DE CRÉDITO OFICIAL (ICO)	ANUNCIOS EN MEDIOS INTERNACIONALES	375.470
		CAMPAÑA PRODUCTOS ICO: ICO CRECIMIENTO	1.813.185
		PRODUCTOS FINANCIACIÓN ICO (LINEA AVALES HIPOTECA)	557.371
Total ECONOMÍA, COMERCIO Y EMPRESA			3.122.966
CIENCIA, INNOVACIÓN Y UNIVERSIDADES	UNIVERSIDAD INTERNACIONAL MENÉNDEZ-PELAYO (UIMP)	DIFUSIÓN DE LAS ACTIVIDADES ACADÉMICAS DESARROLLADAS POR LA UNIVERSIDAD INTERNACIONAL MENÉNDEZ PELAYO (UIMP)	39.914
	UNIVERSIDAD NACIONAL DE EDUCACIÓN A DISTANCIA (UNED)	OFERTA FORMATIVA DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE EDUCACIÓN A DISTANCIA	242.000
Total CIENCIA, INNOVACIÓN Y UNIVERSIDADES			281.914
TOTAL			84.060.386

Anexo I. Campañas institucionales por ministerio y centro directivo/organismo

MINISTERIO	CENTRO DIRECTIVO/ORGANISMO	Nº CAMPAÑAS	COSTE
PRESIDENCIA, JUSTICIA Y RELACIONES CON LAS CORTES	SECRETARÍA DE ESTADO DE RELACIONES CON LAS CORTES Y ASUNTOS CONSTITUCIONALES	2	55.164
	SECRETARÍA DE ESTADO DE JUSTICIA	1	2.453.615
	DIRECCIÓN GENERAL PARA EL SERVICIO PÚBLICO DE JUSTICIA	1	529.871
	SECRETARÍA GENERAL PARA LA INNOVACIÓN Y CALIDAD DEL SERVICIO PÚBLICO DE JUSTICIA	1	227.642
	CENTRO DE INVESTIGACIONES SOCIOLOGICAS (CIS)	1	8.972
Total PRESIDENCIA, JUSTICIA Y RELACIONES CON LAS CORTES		6	3.275.263
ASUNTOS EXTERIORES, UNIÓN EUROPEA Y COOPERACIÓN	SECRETARÍA DE ESTADO DE COOPERACIÓN INTERNACIONAL	2	6.200
	DIRECCIÓN GENERAL DE COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN DIPLOMÁTICA	4	31.103
	AGENCIA ESPAÑOLA DE COOPERACIÓN INTERNACIONAL PARA EL DESARROLLO (AECID)	1	60.000
Total ASUNTOS EXTERIORES, UNIÓN EUROPEA Y COOPERACION		7	97.303
HACIENDA	AGENCIA ESTATAL DE ADMINISTRACIÓN TRIBUTARIA	1	7.190.017
Total HACIENDA		1	7.190.017
INTERIOR	JEFATURA CENTRAL DE TRÁFICO - DGT	1	5.873.105
Total INTERIOR		1	5.873.105
TRANSPORTES Y MOVILIDAD SOSTENIBLE	TRANSPORTES Y MOVILIDAD SOSTENIBLE	1	2.429.036
	AGENCIA ESTATAL DE SEGURIDAD FERROVIARIA	1	96.800
	DIRECCIÓN GENERAL DE TRANSPORTE POR CARRETERA Y FERROCARRIL	1	17.968
	ENAIRE	1	25.610
	SOCIEDAD DE SALVAMENTO Y SEGURIDAD MARÍTIMA (SASEMAR)	2	17.029
Total TRANSPORTES Y MOVILIDAD SOSTENIBLE		6	2.586.443
EDUCACIÓN, FORMACIÓN PROFESIONAL Y DEPORTES	SECRETARÍA GENERAL DE FORMACIÓN PROFESIONAL	1	1.049.865
	DIRECCIÓN GENERAL DE PLANIFICACIÓN Y GESTIÓN EDUCATIVA	1	917.713
Total EDUCACIÓN, FORMACIÓN PROFESIONAL Y DEPORTES		2	1.967.578
TRABAJO Y ECONOMÍA SOCIAL	GABINETE DE LA MINISTRA	2	866.847
	SECRETARÍA DE ESTADO DE ECONOMÍA SOCIAL	1	94.962
	UNIDAD ADMINISTRADORA DEL FONDO SOCIAL EUROPEO	1	17.787
Total TRABAJO Y ECONOMÍA SOCIAL		4	979.596
INDUSTRIA Y TURISMO	INSTITUTO DE TURISMO DE ESPAÑA (TURESPAÑA)	1	18.134
	OFICINA ESPAÑOLA DE PATENTES Y MARCAS (OEPM)	1	1.386.294
Total INDUSTRIA Y TURISMO		2	1.404.429
AGRICULTURA, PESCA Y ALIMENTACIÓN	SUBSECRETARÍA DE AGRICULTURA, PESCA Y ALIMENTACIÓN	1	291.899
	DIRECCIÓN GENERAL DE ALIMENTACIÓN	3	6.838.962
	DIRECCIÓN GENERAL DE DESARROLLO RURAL, INNOVACIÓN Y FORMACIÓN AGROALIMENTARIA	1	200.400
	ENTIDAD ESTATAL DE SEGUROS AGRARIOS (ENESA)	1	335.484
	FONDO ESPAÑOL DE GARANTÍA AGRARIA (FEAGA)	1	306.417
Total AGRICULTURA, PESCA Y ALIMENTACIÓN		7	7.973.161

MINISTERIO	CENTRO DIRECTIVO/ORGANISMO	Nº CAMPAÑAS	COSTE
POLÍTICA TERRITORIAL Y MEMORIA DEMOCRÁTICA	SECRETARÍA DE ESTADO DE MEMORIA DEMOCRÁTICA	1	5.602.255
	COMISIONADO ESPECIAL PARA LA RECONSTRUCCIÓN Y REPARACIÓN DE LOS DAÑOS PROVOCADOS POR LA DANA	1	1.456.238
Total POLITICA TERRITORIAL Y MEMORIA DEMOCRÁTICA		2	7.058.494
TRANSICIÓN ECOLÓGICA Y EL RETO DEMOGRÁFICO	SUBSECRETARÍA PARA LA TRANSICIÓN ECOLÓGICA Y EL RETO DEMOGRÁFICO	1	41.959
	INSTITUTO PARA LA DIVERSIFICACIÓN Y AHORRO DE LA ENERGÍA (IDAE)	1	3.501.902
	FUNDACIÓN CIUDAD DE LA ENERGÍA - CIUDEN, F.S.P.	1	15.496
	CONFEDERACIÓN HIDROGRÁFICA DEL CANTÁBRICO	1	43.547
	CONFEDERACIÓN HIDROGRÁFICA DEL DUERO	3	32.140
	CONFEDERACIÓN HIDROGRÁFICA DEL GUADALQUIVIR	4	102.986
	CONFEDERACIÓN HIDROGRÁFICA DEL GUADIANA	2	65.734
	CONFEDERACIÓN HIDROGRÁFICA DEL MIÑO-SIL	6	94.183
	CONFEDERACIÓN HIDROGRÁFICA DEL SEGURA	6	26.451
	MANCOMUNIDAD DE LOS CANALES DEL TAIBILLA (MCT)	4	96.143
	SOCIEDAD ESTATAL AGUAS DE LAS CUENCAS DE ESPAÑA (GRUPO PATRIMONIO)	6	41.641
	OFICINA ESPAÑOLA DEL CAMBIO CLIMÁTICO	1	348.093
	DIRECCIÓN GENERAL DE BIODIVERSIDAD, BOSQUES Y DESERTIFICACIÓN	1	300.256
	O.A. PARQUES NACIONALES	1	249.823
DIRECCIÓN GENERAL DE POLÍTICAS CONTRA LA DESPOBLACIÓN	2	1.341.141	
Total TRANSICION ECOLÓGICA Y EL RETO DEMOGRÁFICO		40	6.301.495
VIVIENDA Y AGENDA URBANA	SUBSECRETARÍA DE VIVIENDA Y AGENDA URBANA	1	3.150.318
Total VIVIENDA Y AGENDA URBANA		1	3.150.318
CULTURA	CENTRO DE COORDINACIÓN DE INDUSTRIAS CULTURALES	1	5.000
	DIRECCIÓN GENERAL DE DERECHOS CULTURALES	5	7.990.879
	INSTITUTO DE LA CINEMATOGRAFÍA Y DE LAS ARTES AUDIOVISUALES (ICAA)	5	32.135
Total CULTURA		11	8.028.015
ECONOMÍA, COMERCIO Y EMPRESA	SUBSECRETARÍA DE ECONOMÍA, COMERCIO Y EMPRESA	1	1.912.370
Total ECONOMÍA, COMERCIO Y EMPRESA		1	1.912.370
SANIDAD	DIRECCIÓN GENERAL DE SALUD PÚBLICA Y EQUIDAD EN SALUD	5	2.728.894
	COMISIONADO DE SALUD MENTAL	1	621.566
	AGENCIA ESPAÑOLA DE MEDICAMENTOS Y PRODUCTOS SANITARIOS	2	962.326
Total SANIDAD		8	4.312.785
DERECHOS SOCIALES, CONSUMO Y AGENDA 2030	DIRECCIÓN GENERAL DE AGENDA 2030	1	66.550
	DIRECCIÓN GENERAL DE CONSUMO	2	717.504
	DIRECCIÓN GENERAL DE ORDENACIÓN DEL JUEGO	1	1.932.836
	SECRETARIA DE ESTADO DE DERECHOS SOCIALES	1	2.015.975
	DIRECCIÓN GENERAL DE DERECHOS DE LOS ANIMALES	1	565.130
	DIRECCIÓN GENERAL DE DIVERSIDAD FAMILIAR Y SERVICIOS SOCIALES	1	125.235
Total DERECHOS SOCIALES, CONSUMO Y AGENDA 2030		7	5.423.230

MINISTERIO	CENTRO DIRECTIVO/ORGANISMO	Nº CAMPAÑAS	COSTE
CIENCIA, INNOVACIÓN Y UNIVERSIDADES	SECRETARÍA GENERAL DE INNOVACIÓN	1	5.990
	SECRETARÍA GENERAL DE INVESTIGACIÓN	1	6.534
	SECRETARÍA GENERAL DE UNIVERSIDADES	2	0
	CENTRO PARA EL DESARROLLO TECNOLÓGICO Y LA INNOVACIÓN, E.P.E (CDTI)	1	848.059
Total CIENCIA, INNOVACIÓN Y UNIVERSIDADES		5	860.582
IGUALDAD	SECRETARIA DE ESTADO DE IGUALDAD Y PARA LA ERRADICACIÓN DE LA VIOLENCIA CONTRA LAS MUJERES	3	4.281.168
	DELEGACIÓN DEL GOBIERNO CONTRA LA VIOLENCIA DE GÉNERO	1	5.236.403
	DIRECCIÓN GENERAL PARA LA IGUALDAD DE TRATO Y NO DISCRIMINACIÓN Y CONTRA EL RACISMO	1	1.170.952
	DIRECCIÓN GENERAL PARA LA IGUALDAD REAL Y EFECTIVA DE LAS PERSONAS LGTBI+	1	1.197.122
Total IGUALDAD		6	11.885.646
INCLUSIÓN, SEGURIDAD SOCIAL Y MIGRACIONES	SECRETARÍA GENERAL DE INCLUSIÓN	1	1.827.922
Total INCLUSIÓN, SEGURIDAD SOCIAL Y MIGRACIONES		1	1.827.922
TRANSFORMACIÓN DIGITAL Y DE LA FUNCIÓN PÚBLICA	INSTITUTO NACIONAL DE CIBERSEGURIDAD DE ESPAÑA, S.A. (INCIBE)	1	5.661.994
	RED.ES	1	309.103
Total TRANSFORMACION DIGITAL Y DE LA FUNCIÓN PÚBLICA		2	5.971.097
TOTAL		120	88.078.848

Anexo II. Campañas institucionales por ministerio y coste

MINISTERIO	CENTRO DIRECTIVO/ ORGANISMO	TÍTULO CAMPAÑA	COSTE	%COSTE CAMPAÑA RESPECTO AL MINISTERIO	%COSTE CAMPAÑA RESPECTO AL TOTAL
PRESIDENCIA, JUSTICIA Y RELACIONES CON LAS CORTES	SECRETARÍA DE ESTADO DE RELACIONES CON LAS CORTES Y ASUNTOS CONSTITUCIONALES	47 ANIVERSARIO DE LA CONSTITUCIÓN ESPAÑOLA	34.364	1,05%	0,04%
		PROMOCIÓN DE LOS DERECHOS HUMANOS EN EL MARCO DEL II PLAN NACIONAL DE DERECHOS HUMANOS (2023-2027)	20.800	0,64%	0,02%
	SECRETARÍA DE ESTADO DE JUSTICIA	BECAS SERÉ PARA LA PREPARACIÓN DE OPOSICIONES DE JUSTICIA	2.453.615	74,91%	2,79%
	DIRECCIÓN GENERAL PARA EL SERVICIO PÚBLICO DE JUSTICIA	DELITOS DE ODIOS. OFICINAS DE ATENCIÓN A LAS VÍCTIMAS	529.871	16,18%	0,60%
	SECRETARÍA GENERAL PARA LA INNOVACIÓN Y CALIDAD DEL SERVICIO PÚBLICO DE JUSTICIA	CARPETA JUSTICIA: EL PUNTO DE ACCESO UNIFICADO A LOS SERVICIOS DE LA ADMINISTRACIÓN DE JUSTICIA	227.642	6,95%	0,26%
	CENTRO DE INVESTIGACIONES SOCIOLÓGICAS (CIS)	PREMIO NACIONAL DE SOCIOLOGÍA Y CIENCIA POLÍTICA 2025	8.972	0,27%	0,01%
TOTAL PRESIDENCIA, JUSTICIA Y RELACIONES CON LAS CORTES			3.275.263	100,00%	3,72%
ASUNTOS EXTERIORES, UNIÓN EUROPEA Y COOPERACIÓN	SECRETARÍA DE ESTADO DE COOPERACIÓN INTERNACIONAL	PLAN DIRECTOR, COOPERANTES, LA ODS Y AGENDA 2030	4.900	5,04%	0,01%
		IV CONFERENCIA DE FINANCIACIÓN SOBRE EL DESARROLLO #FFD4	1.300	1,34%	0,00%
	DIRECCIÓN GENERAL DE COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN DIPLOMÁTICA	EFEMÉRIDES	22.738	23,37%	0,03%
		SABÍASQUE DIPLOMATO	5.938	6,10%	0,01%
		#EMPLEO EXTERIOR (ANTERIORMENTE PLANIFICADA COMO #PORFINESLUNES)	2.428	2,49%	0,00%
	VIAJA SEGURO	0	0,00%	0,00%	
AGENCIA ESPAÑOLA DE COOPERACIÓN INTERNACIONAL PARA EL DESARROLLO (AECID)	RENOVACIÓN AECID: UNA NUEVA COOPERACIÓN	60.000	61,66%	0,07%	
TOTAL ASUNTOS EXTERIORES, UNIÓN EUROPEA Y COOPERACION			97.303	100,00%	0,11%
HACIENDA	AGENCIA ESTATAL DE ADMINISTRACIÓN TRIBUTARIA	SENSIBILIZACIÓN FISCAL E INFORMACIÓN Y ASISTENCIA A LA CIUDADANÍA EN EL CUMPLIMIENTO DE SUS OBLIGACIONES FISCALES	7.190.017	100,00%	8,16%
TOTAL HACIENDA			7.190.017	100,00%	8,16%
INTERIOR	JEFATURA CENTRAL DE TRÁFICO - DGT	CAMPAÑA PARA LA DIVULGACIÓN DE LA SEGURIDAD VIAL	5.873.105	100,00%	6,67%
TOTAL INTERIOR			5.873.105	100,00%	6,67%
TRANSPORTES Y MOVILIDAD SOSTENIBLE	TRANSPORTES Y MOVILIDAD SOSTENIBLE	PLAN DE ACCIONES DE COMUNICACIÓN SOBRE SERVICIOS DE INTERÉS PÚBLICO QUE INFLUYEN EN LA CALIDAD DE VIDA DE LA CIUDADANÍA EN EL ÁMBITO DEL TRANSPORTE Y LA MOVILIDAD	2.429.036	93,91%	2,76%
	AGENCIA ESTATAL DE SEGURIDAD FERROVIARIA	COMPORTAMIENTOS SEGUROS EN ENTORNOS FERROVIARIOS	96.800	3,74%	0,11%
	DIRECCIÓN GENERAL DE TRANSPORTE POR CARRETERA Y FERROCARRIL	ACCIONES DE COMUNICACIÓN PARA IMPULSAR EL SECTOR PROFESIONAL DE LOS CONDUCTORES POR CARRETERA	17.968	0,69%	0,02%
	ENAIRE	DIFUSIÓN DE CONVOCATORIAS DE EMPLEO PÚBLICO, PRINCIPALMENTE CONVOCATORIAS DE PLAZAS DE CONTROL AÉREO Y TÉCNICOS DE MANTENIMIENTO	25.610	0,99%	0,03%
	SOCIEDAD DE SALVAMENTO Y SEGURIDAD MARÍTIMA (SASEMAR)	SEGURIDAD EN NÁUTICA DE RECREO	14.819	0,57%	0,02%
FUNCIONES DE SASEMAR		2.210	0,09%	0,00%	
TOTAL TRANSPORTES Y MOVILIDAD SOSTENIBLE			2.586.443	100,00%	2,94%

MINISTERIO	CENTRO DIRECTIVO/ ORGANISMO	TÍTULO CAMPAÑA	COSTE	%COSTE CAMPAÑA RESPECTO AL MINISTERIO	%COSTE CAMPAÑA RESPECTO AL TOTAL	
EDUCACIÓN, FORMACIÓN PROFESIONAL Y DEPORTES	SECRETARÍA GENERAL DE FORMACIÓN PROFESIONAL	EL NUEVO MODELO DE FORMACIÓN PROFESIONAL Y SUS POSIBILIDADES, BASADO EN LA FORMACIÓN PERMANENTE A LO LARGO DE LA VIDA PROFESIONAL PARA QUE NADIE SE QUEDE ATRÁS	1.049.865	53,36%	1,19%	
	DIRECCIÓN GENERAL DE PLANIFICACIÓN Y GESTIÓN EDUCATIVA	DIFUSIÓN DE BECAS Y AYUDAS AL ESTUDIO	917.713	46,64%	1,04%	
TOTAL EDUCACIÓN, FORMACIÓN PROFESIONAL Y DEPORTES			1.967.578	100,00%	2,23%	
TRABAJO Y ECONOMÍA SOCIAL	GABINETE DE LA MINISTRA	INSPECCIÓN DE TRABAJO	454.681	46,42%	0,52%	
		1º DE MAYO: DÍA INTERNACIONAL DEL TRABAJO	412.167	42,08%	0,47%	
	SECRETARÍA DE ESTADO DE ECONOMÍA SOCIAL	2025, AÑO INTERNACIONAL DE LAS COOPERATIVAS	94.962	9,69%	0,11%	
	UNIDAD ADMINISTRADORA DEL FONDO SOCIAL EUROPEO	DÍA DE EUROPA	17.787	1,82%	0,02%	
TOTAL TRABAJO Y ECONOMÍA SOCIAL			979.596	100,00%	1,11%	
INDUSTRIA Y TURISMO	INSTITUTO DE TURISMO DE ESPAÑA (TURESPAÑA)	PROMOCIÓN DE LAS INSCRIPCIONES EN LA CONVENCION DE TURESPAÑA	18.134	1,29%	0,02%	
	OFICINA ESPAÑOLA DE PATENTES Y MARCAS (OEPM)	CONCIENCIACIÓN Y SENSIBILIZACIÓN SOBRE LAS FALSIFICACIONES DE BIENES Y MERCANCIAS Y SUS CONSECUENCIAS SOCIALES Y ECONÓMICAS	1.386.294	98,71%	1,57%	
TOTAL INDUSTRIA Y TURISMO			1.404.429	100,00%	1,59%	
AGRICULTURA, PESCA Y ALIMENTACIÓN	SUBSECRETARÍA DE AGRICULTURA, PESCA Y ALIMENTACIÓN	VALORIZACIÓN DEL MUNDO RURAL	291.899	3,66%	0,33%	
	DIRECCIÓN GENERAL DE ALIMENTACIÓN	ALIMENTOS DE ESPAÑA, ALIMENTOS DE TODOS	4.813.469	60,37%	5,46%	
		PARTICIPACIÓN EN FERIAS Y EVENTOS DE CARÁCTER AGROALIMENTARIO Y PESQUERO 2025	1.930.241	24,21%	2,19%	
		PREMIOS ALIMENTOS DE ESPAÑA 2025	95.253	1,19%	0,11%	
	DIRECCIÓN GENERAL DE DESARROLLO RURAL, INNOVACIÓN Y FORMACIÓN AGROALIMENTARIA	PRESENCIA INSTITUCIONAL DE CAMINOS NATURALES EN FITUR 2025	200.400	2,51%	0,23%	
	FONDO ESPAÑOL DE GARANTÍA AGRARIA (FEGA)	AYUDAS PAC 2025	306.417	3,84%	0,35%	
TOTAL AGRICULTURA, PESCA Y ALIMENTACION			7.973.161	100,00%	9,05%	
POLÍTICA TERRITORIAL Y MEMORIA DEMOCRÁTICA	SECRETARÍA DE ESTADO DE MEMORIA DEMOCRÁTICA	EL VALOR DE LAS LIBERTADES Y LA DEMOCRACIA EN ESPAÑA	5.602.255	79,37%	6,36%	
	COMISIONADO ESPECIAL PARA LA RECONSTRUCCIÓN Y REPARACIÓN DE LOS DAÑOS PROVOCADOS POR LA DANA	RECONSTRUYENDO JUNTOS: RESPUESTA Y RECUPERACIÓN FRENTE A LA DANA	1.456.238	20,63%	1,65%	
TOTAL POLITICA TERRITORIAL Y MEMORIA DEMOCRÁTICA			7.058.494	100,00%	8,01%	
TRANSICIÓN ECOLÓGICA Y EL RETO DEMOGRÁFICO	SUBSECRETARÍA PARA LA TRANSICIÓN ECOLÓGICA Y EL RETO DEMOGRÁFICO	PROMOCIÓN DEL EMPLEO PÚBLICO EN EL MINISTERIO PARA LA TRANSICIÓN ECOLÓGICA Y EL RETO DEMOGRÁFICO	41.959	0,67%	0,05%	
	INSTITUTO PARA LA DIVERSIFICACIÓN Y AHORRO DE LA ENERGÍA (IDAE)	LAS PERSONAS EN EL CENTRO DE LA TRANSICIÓN ENERGÉTICA	3.501.902	55,57%	3,98%	
	FUNDACIÓN CIUDAD DE LA ENERGÍA - CIUDEN, F.S.P.	ACTIVIDAD DE CIUDEN	15.496	0,25%	0,02%	
	CONFEDERACIÓN HIDROGRÁFICA DEL CANTÁBRICO	ACTUALIDAD DE LA CONFEDERACIÓN HIDROGRÁFICA DEL CANTÁBRICO	43.547	0,69%	0,05%	
	CONFEDERACIÓN HIDROGRÁFICA DEL DUERO	DÍA MUNDIAL DEL MEDIO AMBIENTE		11.578	0,18%	0,01%
		ACTUALIDAD DE LA CONFEDERACIÓN HIDROGRÁFICA DEL DUERO		8.540	0,14%	0,01%
	DÍA MUNDIAL DEL AGUA		12.021	0,19%	0,01%	

MINISTERIO	CENTRO DIRECTIVO/ ORGANISMO	TÍTULO CAMPAÑA	COSTE	%COSTE CAMPAÑA RESPECTO AL MINISTERIO	%COSTE CAMPAÑA RESPECTO AL TOTAL
TRANSICIÓN ECOLÓGICA Y EL RETO DEMOGRÁFICO	CONFEDERACIÓN HIDROGRÁFICA DEL GUADALQUIVIR	ACTUALIDAD E INFORMACIÓN DE INTERÉS PÚBLICO Y GENERAL	54.232	0,86%	0,06%
		INFORMACIÓN DE INTERÉS PARA EL SECTOR DE LA AGRICULTURA EN LA CUENCA	18.142	0,29%	0,02%
		MEDIDAS DE EFICIENCIA ADOPTADAS ANTE SITUACIÓN DE SEQUÍA Y/O INUNDACIONES	15.709	0,25%	0,02%
		DÍA MUNDIAL DEL AGUA	14.902	0,24%	0,02%
	CONFEDERACIÓN HIDROGRÁFICA DEL GUADIANA	TEMAS DE ACTUALIDAD EN LA CONFEDERACIÓN HIDROGRÁFICA DEL GUADIANA	60.392	0,96%	0,07%
		DIA MUNDIAL DEL AGUA	5.342	0,08%	0,01%
	CONFEDERACIÓN HIDROGRÁFICA DEL MIÑO-SIL	LA ACTIVIDAD DE LA CHMS	16.335	0,26%	0,02%
		RIQUEZA NATURAL Y PATRIMONIO FLUVIAL EN LA DEMARCACIÓN DEL MIÑO-SIL	18.033	0,29%	0,02%
		USO SOSTENIBLE DEL AGUA	17.242	0,27%	0,02%
		FONDOS EUROPEOS	14.692	0,23%	0,02%
		EL CUIDADO DEL MEDIO AMBIENTE, RESPONSABILIDAD COMPARTIDA	14.028	0,22%	0,02%
		DIA MUNDIAL DEL AGUA	13.853	0,22%	0,02%
	CONFEDERACIÓN HIDROGRÁFICA DEL SEGURA	DIA MUNDIAL DEL AGUA	8.866	0,14%	0,01%
		CAMPAÑA DE SENSIBILIZACIÓN	4.500	0,07%	0,01%
		CONGRESO DE ESPECIES EXÓTICAS INVASORAS	4.450	0,07%	0,01%
		VERTIDOS / PLÁSTICOS DEL SEGURA	4.223	0,07%	0,00%
		DIA MUNDIAL DEL MEDIO AMBIENTE	2.609	0,04%	0,00%
		INFORME DEL AGUA	1.803	0,03%	0,00%
	MANCOMUNIDAD DE LOS CANALES DEL TAIBILLA (MCT)	FOMENTO DEL AHORRO DEL AGUA Y EL USO RESPONSABLE DE ESTE RECURSO	65.159	1,03%	0,07%
		DIVULGACIÓN DE LA ACTIVIDAD QUE REALIZA LA MANCOMUNIDAD DE LOS CANALES DEL TAIBILLA.	15.542	0,25%	0,02%
		DÍA MUNDIAL DEL MEDIOAMBIENTE	7.068	0,11%	0,01%
		DÍA MUNDIAL DEL AGUA	8.374	0,13%	0,01%
	SOCIEDAD ESTATAL AGUAS DE LAS CUENCAS DE ESPAÑA (GRUPO PATRIMONIO)	DÍA MUNDIAL DEL AGUA	9.904	0,16%	0,01%
		DIA DE EUROPA	8.863	0,14%	0,01%
		ACUAES MEJORA EL SANEAMIENTO Y DEPURACIÓN DE LA ISLA DE TENERIFE	8.509	0,14%	0,01%
		ACUAES MEJORA EL SANEAMIENTO Y DEPURACIÓN DE LOS MUNICIPIOS DE LA CUENCA ALTA DEL RIO GUADIARO (MÁLAGA)	4.069	0,06%	0,00%
		ACUAES PONE EN MARCHA LA DEPURADORA DE QUINTANAR DE LA ORDEN (TOLEDO)	5.296	0,08%	0,01%
		ACUAES MEJORA EL SANEAMIENTO Y DEPURACIÓN DE MUNICIPIOS DE LA PROVINCIA DE HUELVA	4.999	0,08%	0,01%
	OFICINA ESPAÑOLA DEL CAMBIO CLIMÁTICO	CONCIENCIACIÓN SOBRE CAMBIO CLIMÁTICO	348.093	5,52%	0,40%
	DIRECCIÓN GENERAL DE BIODIVERSIDAD, BOSQUES Y DESERTIFICACIÓN	RESTAURACIÓN DE LA NATURALEZA	300.256	4,76%	0,34%
O.A. PARQUES NACIONALES	DIFUSIÓN DE LA RED ESPAÑOLA DE RESERVAS DE LA BIOSFERA: MARCA DE CALIDAD Y ESCAPARATE VIRTUAL	249.823	3,96%	0,28%	
DIRECCIÓN GENERAL DE POLÍTICAS CONTRA LA DESPOBLACIÓN	COHESIÓN TERRITORIAL	1.141.310	18,11%	1,30%	
DIRECCIÓN GENERAL DE POLÍTICAS CONTRA LA DESPOBLACIÓN	DIFUSIÓN PROGRAMA CAMPUS RURAL	199.831	3,17%	0,23%	
TOTAL TRANSICIÓN ECOLÓGICA Y EL RETO DEMOGRÁFICO			6.301.495	100,00%	7,15%

MINISTERIO	CENTRO DIRECTIVO/ ORGANISMO	TÍTULO CAMPAÑA	COSTE	%COSTE CAMPAÑA RESPECTO AL MINISTERIO	%COSTE CAMPAÑA RESPECTO AL TOTAL
VIVIENDA Y AGENDA URBANA	SUBSECRETARÍA DE VIVIENDA Y AGENDA URBANA	PLAN DE ACCIONES DE COMUNICACIÓN SOBRE SERVICIOS DE INTERÉS PÚBLICO QUE INFLUYEN EN LA CALIDAD DE VIDA DE LA CIUDADANÍA EN EL ÁMBITO DE VIVIENDA Y AGENDA URBANA	3.150.318	100,00%	3,58%
TOTAL VIVIENDA Y AGENDA URBANA			3.150.318	100,00%	3,58%
CULTURA	CENTRO DE COORDINACIÓN DE INDUSTRIAS CULTURALES	THE GOOD GAMER	5.000	0,06%	0,01%
	DIRECCIÓN GENERAL DE DERECHOS CULTURALES	BONO CULTURAL JOVEN 2025	4.416.291	55,01%	5,01%
		DERECHOS CULTURALES	3.459.000	43,09%	3,93%
		EN DEFENSA DE LOS DERECHOS DE PROPIEDAD INTELECTUAL	113.613	1,42%	0,13%
		PROGRAMAS EUROPEOS "EUROPA CREATIVA" Y "CIUDADANOS, IGUALDAD, DERECHOS Y VALORES"	1.300	0,02%	0,00%
		ACTIVIDADES DEL PROGRAMA CULTURA Y CIUDADANÍA	676	0,01%	0,00%
	INSTITUTO DE LA CINEMATOGRAFÍA Y DE LAS ARTES AUDIOVISUALES (ICAA)	PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN DE LA CINEMATOGRAFÍA ESPAÑOLA 2025	1.549	0,02%	0,00%
		06 OCT - DÍA DEL CINE ESPAÑOL 2025	12.856	0,16%	0,01%
		PROGRAMACIÓN DE FILMOTECA ESPAÑOLA Y DE EFEMÉRIDES E HITOS DEL CINE ESPAÑOL	484	0,01%	0,00%
		PREMIO NACIONAL DE CINEMATOGRAFÍA 2025	4.041	0,05%	0,00%
	PREMIOS GOYA 2025	13.205	0,16%	0,01%	
TOTAL CULTURA			8.028.015	100,00%	9,11%
ECONOMÍA, COMERCIO Y EMPRESA	SUBSECRETARÍA DE ECONOMÍA, COMERCIO Y EMPRESA	DIFUSIÓN Y VISIBILIZACIÓN DEL PLAN DE RECUPERACIÓN, TRANSFORMACIÓN Y RESILIENCIA (PRTR)	1.912.370	100,00%	2,17%
TOTAL ECONOMÍA, COMERCIO Y EMPRESA			1.912.370	100,00%	2,17%
SANIDAD	DIRECCIÓN GENERAL DE SALUD PÚBLICA Y EQUIDAD EN SALUD	PROMOCIÓN DE HÁBITOS SALUDABLES EN LA INFANCIA	1.788.556	41,47%	2,03%
		SALUD Y CAMBIO CLIMÁTICO	96.997	2,25%	0,11%
		SALUD Y MUJER	439.983	10,20%	0,50%
		PREVENCIÓN DEL VIH Y OTRAS INFECCIONES DE TRANSMISIÓN SEXUAL (ITS)	222.988	5,17%	0,25%
		PREVENCIÓN DEL TABAQUISMO Y PROTECCIÓN DE LA SALUD	180.371	4,18%	0,20%
	COMISIONADO DE SALUD MENTAL	PROMOCIÓN Y PROTECCIÓN DE LA SALUD MENTAL	621.566	14,41%	0,71%
	AGENCIA ESPAÑOLA DE MEDICAMENTOS Y PRODUCTOS SANITARIOS	INFORMACIÓN SOBRE EL USO PRUDENTE DE LOS ANTIBIÓTICOS	534.129	12,38%	0,61%
LA EVIDENCIA CIENTÍFICA APLICADA A LA SALUD		428.197	9,93%	0,49%	
TOTAL SANIDAD			4.312.785	100,00%	4,90%
DERECHOS SOCIALES, CONSUMO Y AGENDA 2030	DIRECCIÓN GENERAL DE AGENDA 2030	AGENDA 2030: UN FUTURO POSIBLE	66.550	1,23%	0,08%
	DIRECCIÓN GENERAL DE CONSUMO	INFORMACIÓN SOBRE JUNTAS ARBITRALES DE CONSUMO	135.203	2,49%	0,15%
		POR UN CONSUMO SOSTENIBLE	582.301	10,74%	0,66%
	DIRECCIÓN GENERAL DE ORDENACIÓN DEL JUEGO	LA NATURALEZA Y RIESGOS DE LAS CAJAS BOTÍN	1.932.836	35,64%	2,19%
	SECRETARÍA DE ESTADO DE DERECHOS SOCIALES	SENSIBILIZACIÓN SOBRE LOS SERVICIOS PÚBLICOS DE DEPENDENCIA Y LA ATENCIÓN CENTRADA EN LA PERSONA	2.015.975	37,17%	2,29%
	DIRECCIÓN GENERAL DE DERECHOS DE LOS ANIMALES	BUENOS VECINOS	565.130	10,42%	0,64%
DIRECCIÓN GENERAL DE DIVERSIDAD FAMILIAR Y SERVICIOS SOCIALES	SENSIBILIZACIÓN SOBRE LA SOLEDAD	125.235	2,31%	0,14%	
TOTAL DERECHOS SOCIALES, CONSUMO Y AGENDA 2030			5.423.230	100,00%	6,16%

MINISTERIO	CENTRO DIRECTIVO/ ORGANISMO	TÍTULO CAMPAÑA	COSTE	%COSTE CAMPAÑA RESPECTO AL MINISTERIO	%COSTE CAMPAÑA RESPECTO AL TOTAL
CIENCIA, INNOVACIÓN Y UNIVERSIDADES	SECRETARÍA GENERAL DE INNOVACIÓN	PREMIOS NACIONALES DE INNOVACIÓN Y DE DISEÑO	5.990	0,70%	0,01%
	SECRETARÍA GENERAL DE INVESTIGACIÓN	PREMIOS NACIONALES DE INVESTIGACIÓN Y PREMIOS NACIONALES DE INVESTIGACIÓN PARA JÓVENES 2025	6.534	0,76%	0,01%
	SECRETARÍA GENERAL DE UNIVERSIDADES	CERTAMEN ARQUÍMEDES DE INTRODUCCIÓN A LA INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA	0	0,00%	0,00%
		CERTAMEN JÓVENES INVESTIGADORES	0	0,00%	0,00%
	CENTRO PARA EL DESARROLLO TECNOLÓGICO Y LA INNOVACIÓN, E.P.E (CDTI)	PROGRAMAS E INSTRUMENTOS PÚBLICOS DE APOYO A LA I+D EMPRESARIAL Y LA INNOVACIÓN	848.059	98,54%	0,96%
TOTAL CIENCIA, INNOVACIÓN Y UNIVERSIDADES			860.582	100,00%	0,98%
IGUALDAD	SECRETARIA DE ESTADO DE IGUALDAD Y PARA LA ERRADICACIÓN DE LA VIOLENCIA CONTRA LAS MUJERES	PROMOCIÓN DE LA IGUALDAD DE GÉNERO REAL Y EFECTIVA - 8M	1.826.794	15,37%	2,07%
		DIVULGACIÓN Y CONCIENCIACIÓN EN MATERIA DE EDUCACIÓN AFECTIVO-SEXUAL LIBRE DE VIOLENCIAS Y ESTEREOTIPOS SEXISTAS	998.636	8,40%	1,13%
		IGUALDAD SOCIAL Y LABORAL	1.455.738	12,25%	1,65%
	DELEGACIÓN DEL GOBIERNO CONTRA LA VIOLENCIA DE GÉNERO	CONCIENCIACIÓN SOCIAL CONTRA LAS DISTINTAS FORMAS DE VIOLENCIA CONTRA LAS MUJERES DURANTE 2025	5.236.403	44,06%	5,95%
	DIRECCIÓN GENERAL PARA LA IGUALDAD DE TRATO Y NO DISCRIMINACIÓN Y CONTRA EL RACISMO	SENSIBILIZACIÓN SOCIAL CONTRA EL RACISMO Y LA DISCRIMINACIÓN RACIAL	1.170.952	9,85%	1,33%
	DIRECCIÓN GENERAL PARA LA IGUALDAD REAL Y EFECTIVA DE LAS PERSONAS LGTBI+	20 ANIVERSARIO DE LA LEY DEL MATRIMONIO IGUALITARIO	1.197.122	10,07%	1,36%
TOTAL IGUALDAD			11.885.646	100,00%	13,49%
INCLUSIÓN, SEGURIDAD SOCIAL Y MIGRACIONES	SECRETARÍA GENERAL DE INCLUSIÓN	INFORMACIÓN SOBRE EL INGRESO MÍNIMO VITAL	1.827.922	100,00%	2,08%
TOTAL INCLUSION, SEGURIDAD SOCIAL Y MIGRACIONES			1.827.922	100,00%	2,08%
TRANSFORMACIÓN DIGITAL Y DE LA FUNCIÓN PÚBLICA:	INSTITUTO NACIONAL DE CIBERSEGURIDAD DE ESPAÑA, S.A. (INCIBE)	DIFUSIÓN DE SERVICIOS PÚBLICOS Y CONCIENCIACIÓN EN CIBERSEGURIDAD PARA CIUDADANOS Y EMPRESAS	5.661.994	94,82%	6,43%
	RED.ES	DERECHOS DIGITALES	309.103	5,18%	0,35%
TOTAL TRANSFORMACIÓN DIGITAL Y DE LA FUNCIÓN PÚBLICA			5.971.097	100,00%	6,78%
SUMA TOTAL			88.078.848		100,00%

Anexo III. Relación de campañas institucionales 2025

MINISTERIO DE LA PRESIDENCIA, JUSTICIA Y RELACIONES CON LAS CORTES			
Secretaría de Estado de Relaciones con las Cortes y Asuntos Constitucionales			
47 ANIVERSARIO DE LA CONSTITUCIÓN ESPAÑOLA			
Objetivo y sentido: CONMEMORAR LA EFEMÉRIDE Y ACERCAR EL TEXTO CONSTITUCIONAL A LA POBLACIÓN ESPAÑOLA, ASÍ COMO SU CONCEPCIÓN COMO UNA HERRAMIENTA ÚTIL, CERCANA, CON LA QUE SEGUIR CONSOLIDANDO Y AMPLIANDO DERECHOS, ASÍ COMO AFRONTANDO LOS RETOS DEL PRESENTE Y EL FUTURO DE NUESTRO PAÍS.			
Coste Total: 34.364,00		Inversión presupuestaria: Capítulo 2	
Producción/creatividad: 17.424,00	Compra de medios: 16.940,00	Evaluación: 0	
Periodo de ejecución: Del 2 al 7 de diciembre de 2025			
Difusión: Nacional		Idioma: Castellano	
Población objetivo de la campaña: General			
Medidas accesibilidad: Subtitulación			
Adjudicatarios:			
Producción/creatividad: Contrapunto BBDO, S.A.: 17.424,00 €			
Compra de Medios: Digital Group: 16.940,00 €			
Plan de Medios:			
Medios convencionales (16.940,00): Televisión: 0,00 (0,00%); Digital: 16.940,00 (100,00%)			
Televisión:			
TVE	0		
Digital:			
Instagram	4.840,00	X	4.235,00
Facebook			3.630,00
Observaciones: Difundida en TVE por responsabilidad social corporativa			

MINISTERIO DE LA PRESIDENCIA, JUSTICIA Y RELACIONES CON LAS CORTES

Secretaría de Estado de Relaciones con las Cortes y Asuntos Constitucionales

PROMOCIÓN DE LOS DERECHOS HUMANOS EN EL MARCO DEL II PLAN NACIONAL DE DERECHOS HUMANOS (2023-2027)

Objetivo y sentido: ACERCAR EL II PLAN DE DERECHOS HUMANOS A LA POBLACIÓN ESPAÑOLA, COMO UN INSTRUMENTO ÚTIL PARA AFRONTAR LOS RETOS DEL PRESENTE CON MEDIDAS CONCRETAS QUE AVANZAN EN LA UNIVERSALIDAD DE DERECHOS, LA JUSTICIA SOCIAL, LA IGUALDAD DE TODAS LAS PERSONAS, LA ACCESIBILIDAD UNIVERSAL O LA SOLIDARIDAD Y COOPERACIÓN ENTRE GENERACIONES. PROMOVER LOS DERECHOS HUMANOS Y PONER DE RELIEVE SU RELEVANCIA COMO GARANTÍA PARA LA JUSTICIA SOCIAL Y LA MEJORA DE LA CALIDAD DE VIDA DE TODAS LAS PERSONAS.

Coste Total: 20.799,90

Inversión presupuestaria: Capítulo 2

Producción/creatividad: 4.827,90

Compra de medios: 15.972,00

Evaluación: 0

Periodo de ejecución: Del 25 al 30 de noviembre de 2025

Difusión: Nacional

Idioma: Castellano

Población objetivo de la campaña: General

Medidas accesibilidad: Subtitulación

Adjudicatarios:

Producción/creatividad: 1527 Estudio Rural: 4.827,90 €

Compra de Medios: Digital Group: 15.972,00 €

Plan de Medios:

Medios convencionales (15.972,00): Digital: 15.972,00 (100,00%)

Digital:

Instagram	5.082,00	X	2.904,00	
TikTok	5.082,00	Facebook	2.904,00	

MINISTERIO DE LA PRESIDENCIA, JUSTICIA Y RELACIONES CON LAS CORTES

Secretaría de Estado de Justicia

BECAS SERÉ PARA LA PREPARACIÓN DE OPOSICIONES DE JUSTICIA

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

Coste Total: 2.453.614,5

Inversión presupuestaria: Capítulo 2

Producción/creatividad: 187.309,57

Compra de medios: 2.266.304,93

Evaluación: 0

Periodo de ejecución: Del 9 al 23 de junio de 2025 y del 23 de octubre al 6 de noviembre de 2025

Difusión: Nacional

Idioma: Castellano, catalán, gallego, euskera y valenciano

Población objetivo de la campaña: General y estudiantes

Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

Adjudicatarios:

Producción/creatividad: Softtek Digital Solutions SLU: 17.545,00 €; Merydeis Gruppo, S.L.: 4.961,00 €; Linguaserve Internacionalización de Servicios S.A.: 12,34; Mormar-Producción Gráfica 21, S.L.: 1.294,70 €; Dilus Rotulacion, S.L.: 4.114,00 €; Ofipapel Center, S.L.: 816,75 €; Herrero & Asociados, S.L.: 1.265,78 €; HT Publicidad Grupo Tafalla, S.L.: 157.300,00 €

Compra de Medios: T20 Admedia Services, S.L.: 2.266.304,93 €

Plan de Medios:

Medios convencionales (2.266.304,93): Televisión: 219.922,72 (9,70%); Radio: 455.196,38 (20,09%); Medios gráficos: 116.793,48 (5,15%); Digital: 561.981,14 (24,80%); Exterior: 912.411,21 (40,26%)

Televisión:

MediaMax (FDF, Divinity, Energy y Be Mad)	45.573,13	La Sexta	24.775,77	TV de Cataluña (TV3)	1.046,86
Antena 3	43.773,66	Multi Atresmedia: Nova, Mega y Atreseries	21.392,10	TVE	0,00
Telecinco	42.408,58	Neox	7.489,27		
Cuatro	28.476,93	NewixMedia-FORTA	4.986,42		

Radio:

Cadena Ser	215.158,09	Europa FM	42.928,38	Radio Gallega (RG)	1.335,26
Cadena 40 Principales	186.052,93	RAC 1	8.476,78	Radio Euskadi	1.244,94

Medios gráficos:

Grupo Vocento	23.900,21	El País	10.641,35	Lecturas	4.196,28
Grupo Alayans	18.488,32	Diez Minutos	8.247,36	Semana	4.088,83
Marca	16.834,78	ABC	7.522,74	La Vanguardia	1.288,65
Grupo Prensa Ibérica	14.612,20	Delivery Media	5.810,29	El Mundo	1.162,47

Digital:					
RTVE Play	126.428,79	Facebook	11.138,36	deia.com	3.746,04
Ivoox	87.765,31	El Español	10.605,81	mundodeportivo.com	3.001,63
Youtube	83.200,81	Tiktok	9.697,94	Publico.es	2.299,42
Spotify	47.431,75	As.com	9.666,32	eldiario.es	2.108,82
marca.com	31.577,37	El País.com	7.455,09	Infolibre.es	1.268,53
Grupo Vocento	26.548,26	ABC.es	7.020,87	LINKEDLN	993,29
INSTAGRAM	21.192,55	20minutos.es	6.734,52	Ara.cat	885,72
Grupo Prensa Ibérica	16.311,60	El Confidencial	6.024,09	elplural.com	588,08
VIDOOMY	15.229,76	lavanguardia.com	5.869,77		
Delivery Media	12.014,74	El Mundo.es	5.175,90		
Exterior:					
014 IN, S.L.	578.640,15	Global Media & Entertainment	105.260,92	Exteria	49.118,44
Gran Pantalla de Publicidad Exterior, S.L.	114.051,70	Adtrackmedia	65.340,00		

MINISTERIO DE LA PRESIDENCIA, JUSTICIA Y RELACIONES CON LAS CORTES

Dirección General para el Servicio Público de Justicia

DELITOS DE ODIOS. OFICINAS DE ATENCIÓN A LAS VÍCTIMAS

Objetivo y sentido: PROMOVER EL CONOCIMIENTO, ENTRE LA POBLACIÓN GENERAL, DE LA EXISTENCIA DE LAS OFICINAS DE ATENCIÓN A LAS VÍCTIMAS DEL DELITO Y, EN CONCRETO, SU UTILIDAD PARA LAS VÍCTIMAS DE DELITOS DE ODIOS.

Coste Total: 529.871,21

Inversión presupuestaria: Capítulo 2

Producción/creatividad: 80.259,30

Compra de medios: 449.611,91

Evaluación: 0

Periodo de ejecución: Del 17 al 30 de septiembre de 2025

Difusión: Regional

Idioma: Castellano

Población objetivo de la campaña: General

Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

Adjudicatarios:

Producción/creatividad: Soporte Creativo Comunicación Positiva, S.L.: 80.259,30 €

Compra de Medios: Digital Sapiens, S.L.: 449.611,91 €

Plan de Medios:

Medios convencionales (449.611,91): Televisión: 85.353,05 (18,98%); Radio: 98.755,28 (21,96%); Medios gráficos: 71.822,78 (15,97%); Digital: 90.096,68 (20,04%); Exterior: 103.584,12 (23,04%)

Televisión:

Mitele (Mediaset Infinity)	68.562,48	TV Illes Balears (IB3)	3.443,96	TVE	0,00
Castilla-La Mancha TV	11.479,88	TV Autonómica de Murcia	1.866,73		

Radio:

Cadena Ser	58.121,75	Radio Illes Balears (IB3 Radio)	2.070,91	Vive Castilla y León	1.413,28
Cadena 40 Principales	35.172,20	Canal Extremadura Radio	1.977,14		

Medios gráficos:

Grupo Vocento	24.730,08	Grupo Cerca	16.493,51		
Grupo Alayans	18.345,54	Delivery Media	12.253,65		

Digital:

Mitele	17.467,03	Delivery Media	8.844,80	Instagram	1.969,24
Spotify	15.721,06	Grupo Vocento	8.029,10	Facebook	1.822,31
Atresplayer	13.339,33	Grupo Prensa Ibérica	5.286,07	Ivoox	1.814,87
YouTube	13.270,41	Alayans	2.532,46		

Exterior:

Exteria	103.584,12				
---------	------------	--	--	--	--

MINISTERIO DE LA PRESIDENCIA, JUSTICIA Y RELACIONES CON LAS CORTES

Secretaría General para la Innovación y Calidad del Servicio Público de Justicia

CARPETA JUSTICIA: EL PUNTO DE ACCESO UNIFICADO A LOS SERVICIOS DE LA ADMINISTRACIÓN DE JUSTICIA

Objetivo y sentido: DAR A CONOCER EL ESPACIO PERSONAL ONLINE CARPETA JUSTICIA, QUE UNIFICA EL ACCESO DE CIUDADANÍA Y EMPRESAS A LOS SERVICIOS OFRECIDOS POR LA ADMINISTRACIÓN DE JUSTICIA. DIRIGIDA A LOS PROFESIONALES Y CIUDADANÍA EN GENERAL PARA MOSTRAR TODOS LOS TRÁMITES Y SERVICIOS QUE SE PUEDEN REALIZAR DE FORMA ONLINE, ASÍ COMO DIFUNDIR LA IDEA DE UNA JUSTICIA MODERNA, CLARA Y ACCESIBLE.

Coste Total: 227.641,66

Inversión presupuestaria: Capítulo 2

Producción/creatividad: 0

Compra de medios: 227.641,66

Evaluación: 0

Periodo de ejecución: Del 22 de septiembre al 15 de octubre de 2025

Difusión: Regional

Idioma: Castellano y catalán

Población objetivo de la campaña: General

Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

Adjudicatarios:

Compra de Medios: Mindshare Spain, S.A.: 227.641,66 €

Plan de Medios:

Medios convencionales (227.641,66): Medios gráficos: 66.888,68 (29,38%); Digital: 160.752,98 (70,62%)

Medios gráficos:

Expansión	15.746,94	Cinco Días	13.748,63	Cinco Días	9.165,75
El Economista	14.066,25	Expansión	12.001,26	Economist and Jurist	2.159,85
Digital:					
Youtube	52.086,68	Grupo Henneo	9.942,63	Noticias Juridicas	2.371,60
Grupo Prensa Ibérica	13.529,04	Noticiastabajo.Huffingtonpost.es	8.289,95	Doubleclick	1.892,25
Grupo Vocento	12.654,51	El País.Com	8.074,23	014 Media	1.280,89
Cincodías.Com	12.434,99	LINKEDLN	7.964,32	Mainkore	503,12
El Mundo.es	11.323,04	ABC.es	3.695,07		
20minutos.es	11.228,23	El Español	3.482,43		

MINISTERIO DE LA PRESIDENCIA, JUSTICIA Y RELACIONES CON LAS CORTES

Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS)

PREMIO NACIONAL DE SOCIOLOGÍA Y CIENCIA POLÍTICA 2025

Objetivo y sentido: DIFUSIÓN A NIVEL NACIONAL DEL ANUNCIO DE CONVOCATORIA DEL PREMIO NACIONAL DE SOCIOLOGÍA Y CIENCIA POLÍTICA 2025.

Coste Total: 8.971,86

Inversión presupuestaria: Capítulo 2

Producción/creatividad: 0

Compra de medios: 8.971,86

Evaluación: 0

Periodo de ejecución: Del 1 de abril al 30 de septiembre de 2025

Difusión: Nacional

Idioma: Castellano

Población objetivo de la campaña: General

Adjudicatarios:

Compra de Medios: Compra directa: 8.971,86 €

Plan de Medios:

Medios convencionales (8.971,86): Medios gráficos: 4.971,89 (55,42%); Digital: 3.999,97 (44,58%)

Medios gráficos:

La Vanguardia	2.769,69	El País	2.202,20
---------------	----------	---------	----------

Digital:

eldiario.es	3.999,97
-------------	----------

MINISTERIO DE ASUNTOS EXTERIORES, UNIÓN EUROPEA Y COOPERACIÓN

Secretaría de Estado de Cooperación Internacional

PLAN DIRECTOR, COOPERANTES, LA ODS Y AGENDA 2030

Objetivo y sentido: ACTORES DEL SISTEMA DE LA COOPERACIÓN ESPAÑOLA Y SU DESARROLLO EN EL PLAN DIRECTOR. DIFUNDIR EL PLAN DIRECTOR Y LAS PRIORIDADES GEOGRÁFICAS Y TEMÁTICAS DE LA COOPERACIÓN ESPAÑOLA, PILAR ESENCIAL DE NUESTRA POLÍTICA EXTERIOR, LA COOPERACIÓN EN CLAVE EDUCACIÓN PARA EL DESARROLLO Y PROMOVER LA AGENDA INTERNACIONAL DEL DESARROLLO SOSTENIBLE, LOS ODS Y EL MULTILATERALISMO.

Coste Total: 4.900,00

Inversión presupuestaria: Capítulo 2

Producción/creatividad: 4.200,00

Compra de medios: 700,00

Evaluación: 0

Periodo de ejecución: Del 1 de enero al 31 de diciembre de 2025

Difusión: Nacional

Idioma: Castellano

Población objetivo de la campaña: General

Medidas accesibilidad: Subtitulación

**Adjudicatarios:****Producción/creatividad:** ISDEFE: 4.200,00 €**Compra de Medios:** ISDEFE: 700,00 €**Plan de Medios:**

Medios convencionales (700,00): Digital: 700,00 (100,00%)

Medios no convencionales (0,00): portal y redes sociales propias

Digital:

X	250,00	Facebook	225,00	Instagram	225,00
---	--------	----------	--------	-----------	--------

MINISTERIO DE ASUNTOS EXTERIORES, UNIÓN EUROPEA Y COOPERACIÓN

Secretaría de Estado de Cooperación Internacional

IV CONFERENCIA DE FINANCIACIÓN SOBRE EL DESARROLLO #FFD4

Objetivo y sentido: DIFUNDIR MENSAJES CLAVE, HITOS Y EVENTOS SOBRE FINANCIACIÓN PARA EL DESARROLLO EN EL MARCO DE LA CONFERENCIA DE SEVILLA.

Coste Total: 1.300,00**Inversión presupuestaria:** Capítulo 2**Producción/creatividad:** 1.000,00**Compra de medios:** 300,00**Evaluación:** 0**Periodo de ejecución:** Del 1 de enero al 31 de julio de 2025**Difusión:** Nacional**Idioma:** Castellano**Población objetivo de la campaña:** General**Medidas accesibilidad:** Subtitulación**Adjudicatarios:****Producción/creatividad:** ISDEFE: 1.000,00 €**Compra de Medios:** ISDEFE: 300,00 €**Plan de Medios:**

Medios convencionales (300,00): Digital: 300,00 (100,00%)

Medios no convencionales (0,00): portal y redes sociales propias

Digital:

Facebook	100,00	Instagram	100,00	X	100,00
----------	--------	-----------	--------	---	--------

MINISTERIO DE ASUNTOS EXTERIORES, UNIÓN EUROPEA Y COOPERACIÓN

Dirección General de Comunicación e Información Diplomática

EFEMÉRIDES

Objetivo y sentido: TRATAMIENTO DE LOS DÍAS INTERNACIONALES Y OTRAS FECHAS DESTACADAS DESDE EL PRISMA NO DE LA CONMEMORACIÓN EN SÍ, LA CUAL SE UTILIZARÁ SIMPLEMENTE COMO "PERCHA", SINO COMO EXPLICACIÓN DE QUÉ HACE ESPAÑA/EXTERIORES EN ESE ÁMBITO, DEMOSTRACIÓN DEL COMPROMISO DE ESPAÑA/EXTERIORES CON LA CAUSA. DIFUNDIR EN DÍAS INTERNACIONALES Y OTRAS FECHAS DESTACADAS, LAS ACCIONES EN EL ÁMBITO DE LAS RELACIONES EXTERIORES.

Coste Total: 22.737,50

Inversión presupuestaria: Capítulo 2

Producción/creatividad: 22.737,50

Compra de medios: 0

Evaluación: 0

Periodo de ejecución: Del 7 de enero al 22 de diciembre de 2025

Difusión: Internacional

Idioma: Castellano

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

Medidas accesibilidad: Subtitulación

Adjudicatarios:

Producción/creatividad: Nolsom Comunicacion Multicanal, S.L.: 22.737,50 €

Plan de Medios:

Medios no convencionales (0,00): portal y redes sociales propias

SABÍASQUE DIPLODATO

Objetivo y sentido: ACERCAR A LA CIUDADANÍA EL COMPLEJO SECTOR DE LA DIPLOMACIA, DIFUNDIENDO CONCEPTOS HABITUALES DEL ÁMBITO DE LAS RELACIONES INTERNACIONALES Y LA RECOPIACIÓN DE HISTORIAS, EVENTOS Y HECHOS CURIOSOS PARA SU PUBLICACIÓN MEDIANTE BREVE EXPLICACIÓN Y MUESTRA VISUAL/AUDIOVISUAL. FACILITAR LA COMPRESIÓN DE LA HISTORIA DE ESPAÑA Y SUS RELACIONES INTERNACIONALES EN CAPSULAS SENCILLAS, SIMPÁTICAS Y FÁCILMENTE INTELIGIBLES.

Coste Total: 5.937,50

Inversión presupuestaria: Capítulo 2

Producción/creatividad: 5.937,50

Compra de medios: 0

Evaluación: 0

Periodo de ejecución: Del 7 de enero al 22 de diciembre de 2025

Difusión: Internacional

Idioma: Castellano

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

Medidas accesibilidad:

Adjudicatarios:

Producción/creatividad: Nolsom Comunicacion Multicanal, S.L.: 5.937,50 €

Plan de Medios:

Medios no convencionales (0,00): portal y redes sociales propias

MINISTERIO DE ASUNTOS EXTERIORES, UNIÓN EUROPEA Y COOPERACIÓN

Dirección General de Comunicación e Información Diplomática

#EMPLEO EXTERIOR (ANTERIORMENTE #PORFINESLUNES)

Objetivo y sentido: CONVOCATORIAS DE OFERTAS DE EMPLEO EN EL SECTOR DE LAS RELACIONES INTERNACIONALES EN TODO EL MUNDO, EN DONDE CADA ORGANISMO HACE SU PROPIA CONVOCATORIA. A TRAVÉS DE LA UNIDAD DE FUNCIONARIOS INTERNACIONALES, SE BUSCA AUMENTAR LA PRESENCIA DE ESPAÑOLES EN LOS MISMOS, POR LO QUE ES NECESARIA UNA MAYOR DIFUSIÓN DE ESTA INFORMACIÓN DE INTERÉS Y DE DIFÍCIL LOCALIZACIÓN. ADEMÁS DE LAS OFERTAS DE TRABAJO, TAMBIÉN EXISTEN OFERTAS DE FORMACIÓN Y PRÁCTICAS ASÍ COMO PROPUESTAS PARA PERFILES DE TITULACIÓN SUPERIOR.

Coste Total: 2.427,59

Inversión presupuestaria: Capítulo 2

Producción/creatividad: 2.427,59

Compra de medios: 0

Evaluación: 0

Periodo de ejecución: Del 7 de enero al 22 de diciembre de 2025

Difusión: Internacional

Idioma: Castellano

Población objetivo de la campaña: General y estudiantes

Adjudicatarios:

Producción/creatividad: Nolsom Comunicacion Multicanal, S.L.: 2.427,59 €

Plan de Medios:

Medios no convencionales (0,00): portal y redes sociales propias

VIAJA SEGURO

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

Coste Total: 0

Producción/creatividad: 0

Compra de medios: 0

Evaluación: 0

Periodo de ejecución: Del 1 al 8 de enero de 2025; del 7 al 21 de abril de 2025; del 1 de julio al 30 de septiembre de 2025 y del 10 al 31 de diciembre de 2025

Difusión: Internacional

Idioma: Castellano

Población objetivo de la campaña: General, estudiantes, tercera edad, población trabajadora, viajeros slow travel y turismo de calidad responsable y sostenible

Medidas accesibilidad: Subtitulación

Plan de Medios:

Medios no convencionales (0,00): portal y redes sociales propias

Observaciones: Se han reutilizado las creatividades elaboradas en años precedentes.



MINISTERIO DE ASUNTOS EXTERIORES, UNIÓN EUROPEA Y COOPERACIÓN



Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID)

RENOVACIÓN AECID: UNA NUEVA COOPERACIÓN

Objetivo y sentido: INFORMAR ACERCA DE LA RENOVACIÓN DE LA AECID A RAÍZ DE LOS NUEVOS VALORES APROBADOS EN EL ESTATUTO, ASÍ COMO SENSIBILIZAR ACERCA DE LA IMPORTANCIA DE LA POLÍTICA DE COOPERACIÓN AL DESARROLLO.

Coste Total: 60.000,00

Inversión presupuestaria: Capítulo 2

Producción/creatividad: 0

Compra de medios: 60.000,00

Evaluación: 0

Periodo de ejecución: Del 20 al 31 de octubre de 2025

Difusión: Nacional

Idioma: Castellano

Población objetivo de la campaña: General y estudiantes

Medidas accesibilidad: Subtitulación y audiodescripción

Adjudicatarios:

Compra de Medios: Media Sapiens Spain, S.L.: 60.000,00 €

Plan de Medios:

Medios convencionales (60.000,00): Digital: 60.000,00 (100%)

Digital:

marca.com	39.000,00	YouTube	18.000,00	Instagram	3.000,00
-----------	-----------	---------	-----------	-----------	----------

MINISTERIO DE HACIENDA



Agencia Estatal de Administración Tributaria

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

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

Coste Total: 7.190.017,08

Inversión presupuestaria: Capítulo 2

Producción/creatividad: 16.296,10

Compra de medios: 7.173.720,98

Evaluación: 0

Periodo de ejecución: Del 1 de septiembre al 28 de octubre de 2025

Difusión: Nacional

Idioma: Castellano, catalán, gallego y valenciano

Población objetivo de la campaña: General

Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

Adjudicatarios:

Producción/creatividad: Contrapunto BBDO, S.A.: 16.296,10 €

Compra de Medios: Mediaplus Equmedia, S.L.: 7.173.720,98 €

Plan de Medios:

Medios convencionales (7.173.720,98): Televisión: 2.567.169,15 (35,79%); Radio: 1.582.749,33 (22,06%); Medios gráficos: 1.330.877,12 (18,55%); Digital: 1.692.925,38 (23,60%)

Televisión:

Antena 3	560.372,60	Canal Sur Televisión	47.328,48	TV Autonómica de Murcia	3.541,43
Telecinco	427.111,58	TV de Cataluña (TV3)	23.122,01	TV Principado Asturias (TPA)	3.000,01
MediaMax (FDF, Divinity, Energy y Be Mad)	391.796,55	TV de Galicia (TVG)	16.699,27	Andalucía TV	754,31
Multi Atresmedia: Nova, Mega y Atreseries	319.098,78	A Punt TV	10.671,47	Castilla y León TV (RTVCyL)	385,51
Cuatro	257.348,31	Castilla-La Mancha TV	9.168,84	TVE	0,00
La Sexta	220.133,49	Telemadrid	8.174,03	Canal Extremadura TV	0,00
Pulsa TV	174.113,34	Aragón TV	7.210,63		
Neox	83.007,21	TV Illes Balears (IB3)	4.131,30		

Radio:

Cadena Ser	695.111,42	Cadena Dial	33.129,01	Radio Gallega (RG)	3.687,14
COPE	217.033,34	Europa FM	26.462,70	Onda Madrid	2.469,85
Onda Cero Radio	215.376,98	RAC 1	18.793,42	Radio Castilla-La Mancha	2.117,02
Cadena 40 Principales	140.938,38	Cataluña Información (Cataluña Radio)	17.288,96	À Punt Radio	1.905,31
KISS FM	80.680,09	Radio Marca	11.344,66	Aragón Radio	1.587,76
Cadena 100	61.164,77	Canal Sur Radio	7.409,56	Radio Illes Balears (IB3 Radio)	1.364,30
Cadena Rock FM	39.047,18	Cadena Radiolé	5.305,61	Onda Regional de Murcia	531,87

Medios gráficos:					
El País	158.007,85	Grupo Joly	62.272,63	Viva (Andalucía Información)	32.273,24
Grupo Prensa Ibérica	119.813,52	Bluemedía	56.077,93	As	32.230,77
20 Minutos	112.312,20	XL Semanal	50.006,88	Expansión	17.214,91
Delivery Media	109.616,62	Suplementos de El País	41.890,20	Cinco Días	13.198,68
El Mundo	109.535,23	Suplemento de La Vanguardia	41.527,20	El Economista	10.502,80
Grupo Vocento	89.072,07	La Razón	39.200,26	Mundo Deportivo	9.532,38
ABC	78.740,92	Marca	36.546,77	Sport	9.110,50
La Vanguardia	67.009,80	Grupo Promecal	35.183,76		
Digital:					
Youtube	191.932,39	Instagram	67.358,85	marca.com	20.881,29
Grupo Vocento	158.969,84	El Español	66.624,00	lvoox	17.261,70
Youtube	146.664,55	RTVE Play	63.900,00	Tiktok	16.740,52
Grupo Henneo	139.907,72	Facebook	54.566,00	Cadena Ser	14.628,60
Grupo Prensa Ibérica	130.439,06	eldiario.es	52.333,85	As.com	10.647,86
Exte	114.729,60	lavanguardia.com	42.799,85	mundodeportivo.com	8.120,63
Youtube Music	111.698,67	Spotify	34.863,00	Podium	7.763,82
Grupo Prisa	92.906,94	Netflix	26.483,72	Cpmtrol Viewability-Adwatch	5.650,24
Grupo Unidad Editorial	68.893,76	Amazon Prime Video	26.158,92		

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 Y RESPONSABLES.

Coste Total: 5.873.104,83

Inversión presupuestaria: Capítulo 6

Producción/creatividad: 1.578.605,34

Compra de medios: 4.294.499,49

Evaluación: 0

Periodo de ejecución: Del 1 de enero al 31 de diciembre de 2025

Difusión: Nacional

Idioma: Castellano

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

Medidas accesibilidad: Subtitulación y audiodescripción

Adjudicatarios:

Producción/creatividad: Accenture: 486.020,10 €; Ogilvy: 1.092.585,24 €

Compra de Medios: Media Sapiens Spain, S.L.: 4.294.499,49 €

Plan de Medios:

Medios convencionales (4.294.499,49): Televisión: 997.715,49 (23,23%); Radio: 1.455.744,65 (33,90%); Medios gráficos: 628.116,44 (14,63%); Digital: 730.935,84 (17,02%); Exterior: 343.625,74 (8,00%); Cine: 138.361,33 (3,22%)

Televisión:				
Antena 3	209.548,65	Cuatro	115.998,10	NewixMedia-FORTA 23.041,12
MediaMax (FDF, Divinity, Energy y Be Mad)	165.890,76	Multi Atresmedia: Nova, Mega y Atreseries	106.341,94	TVE 0,00
Telecinco	160.090,99	Pulsa TV	58.967,54	
La Sexta	123.204,01	Neox	34.632,38	
Radio:				
Cadena Ser	408.590,08	Cadena 40 Principales	176.717,48	KISS FM 75.253,35
COPE	292.717,76	Cadena Dial	90.486,38	Europa FM 61.746,30
Onda Cero Radio	215.785,35	Cadena 100	83.673,32	Cadena Rock FM 50.774,63
Medios gráficos:				
Marca	69.413,35	Grupo Alayans	26.268,86	Hola 6.558,20
El País	68.191,97	Suplementos de El País	23.914,44	Lecturas 5.245,35
Grupo Prensa Ibérica	66.743,60	XL Semanal	19.050,24	Diez Minutos 5.154,60
El Mundo	63.178,75	Mundo Deportivo	18.566,24	Semana 4.729,89
Grupo Vocento	46.748,98	Suplementos de El Mundo	16.233,36	Coches 2.052,52
ABC	43.221,06	Sport	14.137,44	Cosas de Casa 1.352,78
La Vanguardia	37.555,98	La Razón	12.061,62	Motos 2000 960,50
20 Minutos	29.949,92	Delivery Media	10.951,50	Motociclismo 949,85
As	27.120,94	Pronto	7.804,50	
Digital:				
Grupo Unidad Editorial	145.778,35	Youtube	19.335,80	Cadena Ser 7.185,95
Grupo Prisa	80.701,46	Instagram	18.301,73	Los 40 2.873,11
Grupo Vocento	78.657,76	Facebook	17.778,42	X 2.591,44
Delivery Media	71.939,13	Movistar	17.252,54	RTVE Play 2.339,43
EXTE	61.874,56	Spotify	12.568,26	Cadena Dial 1.573,28
Alayans	58.933,57	eldiario.es	10.567,42	Mitele 1.400,41
Grupo Prensa Ibérica	55.448,44	El Español	8.106,69	Tiktok 793,26
Grupo Godó	47.586,64	Titania	7.348,19	
Exterior:				
iWall	118.799,1	Extería	77.176,39	
Exterior Plus	81.219,98	Global	66.430,27	
Cine:				
Moviedis Media Cine	72.956,52	014 MEDIA	65.404,81	

MINISTERIO DE TRANSPORTES Y MOVILIDAD SOSTENIBLE

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

Objetivo y sentido: INFORMAR A LA CIUDADANÍA SOBRE SERVICIOS DE MOVILIDAD Y TRANSPORTES QUE SON DE INTERÉS PARA LA MEJORA DEL BIENESTAR Y LA CALIDAD DE VIDA DE LA CIUDADANÍA.

Coste Total: 2.429.035,86

Inversión presupuestaria: Capítulo 6

Producción/creatividad: 454.509,44

Compra de medios: 1.958.856,92

Evaluación: 15.669,5

Periodo de ejecución: Del 22 de septiembre al 12 de octubre de 2025 y del 21 al 31 de octubre de 2025

Difusión: Nacional

Idioma: Castellano, catalán, gallego, euskera y valenciano

Población objetivo de la campaña: General

Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

Adjudicatarios:

Producción/creatividad: Rodrigo y Asociados Publicidad y Comunicación, S.A.: 454.509,44 €

Compra de Medios: Zosmamedia: 1.958.856,92 € **Evaluación:** Ipsos Iberia, S.A.: 15.669,50 €

Plan de Medios:

Medios convencionales (1.958.856,92): Televisión: 601.570,28 (30,71%); Radio: 491.823,32 (25,11%); Medios gráficos: 89.733,77 (4,58%); Digital: 666.544,16 (34,03%); Exterior: 109.185,39 (5,57%)

Televisión:

Antena 3	118.168,60	Multi Atresmedia: Nova, Mega y Atreseries	52.128,68	TV de Cataluña (TV3)	6.854,65
Telecinco	87.927,55	Pulsa TV	38.371,58	Navarra TV	6.419,48
MediaMax (FDF, Divinity, Energy y Be Mad)	70.301,12	NewixMedia-FORTA	19.272,21	Canal Extremadura TV	2.672,77
A3 Player	62.738,50	Neox	10.821,39	TVE	0,00
La Sexta	54.158,69	Castilla y León TV (RTVCyL)	10.804,34		
Cuatro	53.993,16	La Rioja 7TV	6.937,56		

Radio:

Cadena 40 Principales	254.744,99	Cadena Ser	237.078,33		
-----------------------	------------	------------	------------	--	--

Medios gráficos:

El País	32.151,74	Grupo Prensa Ibérica	31.147,43	El Mundo	26.434,60
---------	-----------	----------------------	-----------	----------	-----------

Digital:

Youtube	101.115,83	Cadena Ser	21.635,25	20minutos.es	7.557,49
RTVE Play	95.082,25	El Mundo.es	16.794,52	Cope	7.385,51
Mitele	69.392,65	lavanguardia.com	12.165,24	ABC.es	6.449,60
Spotify	64.766,08	Tiktok	11.853,78	Grupo Prisa	6.405,90
Atresplayer	57.353,85	Instagram	11.020,06	Grupo Unidad Editorial	6.243,82
marca.com	57.306,74	Facebook	10.052,34	Grupo Vocento	5.611,56
As.com	45.034,74	Double Verify	8.810,25	Onda Cero	2.279,50
El País.com	34.377,19	eldiario.es	7.850,01		

Exterior:

Gran Pantalla Pub. Exterior, S.L.	56.368,01	Clear Channel España, S.L.U.	52.817,38		
-----------------------------------	-----------	------------------------------	-----------	--	--

MINISTERIO DE TRANSPORTES Y MOVILIDAD SOSTENIBLE



Agencia Estatal de Seguridad Ferroviaria

COMPORTAMIENTOS SEGUROS EN ENTORNOS FERROVIARIOS

Objetivo y sentido: DIFUNDIR PAUTAS Y CONDUCTAS DE MOVILIDAD SEGURA PROMOVRIENDO NUEVOS HÁBITOS, Y CONCIENCIANDO SOBRE EL RIESGO QUE EXISTE EN LOS ENTORNOS FERROVIARIOS. PROMOVER EL ACCESO SEGURO A LAS ESTACIONES DE FERROCARRIL, SEGURIDAD EN LOS CRUCES EN PASOS A NIVEL Y CRUCES ENTRE ANDENES.

Coste Total: 96.800,00

Inversión presupuestaria: Capítulo 6

Producción/creatividad: 96,800,00

Compra de medios: 0

Evaluación: 0

Periodo de ejecución: No emitida en 2025

Difusión: Nacional

Idioma: Castellano, catalán, gallego, euskera y valenciano

Población objetivo de la campaña: General

Medidas accesibilidad:

Adjudicatarios:

Producción/creatividad: Dos Puntos an Internet Company, S.L.: 96.800,00 €

Plan de Medios: No emitida en 2025

Dirección General de Transporte por Carretera y Ferrocarril

ACCIONES DE COMUNICACIÓN PARA IMPULSAR EL SECTOR PROFESIONAL DE LOS CONDUCTORES POR CARRETERA

Objetivo y sentido: FOMENTAR LA PROFESIÓN DE CONDUCTORES PROFESIONALES PARA EL TRANSPORTE DE MERCANCÍAS Y PERSONAS ENTRE LA POBLACIÓN QUE ESTÁ ACCEDIENDO AL MERCADO LABORAL O AQUELLA QUE BUSCA UNA NUEVA SALIDA PROFESIONAL.

Coste Total: 17.968,00

Inversión presupuestaria: Concepto 640

Producción/creatividad: 0

Compra de medios: 17.968,00

Evaluación: 0

Periodo de ejecución: Del 10 de marzo al 7 de abril de 2025

Difusión: Nacional

Idioma: Castellano

Población objetivo de la campaña: General y personas desempleadas

Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

Adjudicatarios:

Compra de Medios: Media Diamond: 17.968,00 €

Plan de Medios:

Medios convencionales (17.968,00): Digital: 17.968,00 (100,00%)

Digital:

marca.com	5.445,00	sport.es	2.359,50	TikTok	550,30
As.com	4.356,00	Transporte Profesional	1.210,00		
mundodeportivo.com	3.085,50	Instagram	961,70		

MINISTERIO DE TRANSPORTES Y MOVILIDAD SOSTENIBLE



ENAIRe

DIFUSIÓN DE CONVOCATORIAS DE EMPLEO PÚBLICO, PRINCIPALMENTE CONVOCATORIAS DE PLAZAS DE CONTROL AÉREO Y TÉCNICOS DE MANTENIMIENTO

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

Coste Total: 25.610

Inversión presupuestaria: Entidad Pública Empresarial. Su presupuesto no se ajusta a la clasificación económica de los PGE

Producción/creatividad: 0

Compra de medios: 25.610

Evaluación: 0

Periodo de ejecución: Del 1 de enero al 31 de diciembre de 2025

Difusión: Internacional

Idioma: Castellano

Población objetivo de la campaña: General y estudiantes

Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

Adjudicatarios:

Producción/creatividad:

Compra de Medios: GoodNews: 25.610,00 €

Plan de Medios:

Medios convencionales (25.610,00): Digital: 25.610,00 (100%)

Digital:

Infojobs	7.260,00	Fly-News	1.815,00	Instagram	1.000,00
LinkedIn	6.000,00	X	1.500,00	Airline92	908,00
Actualidad Aeroespacial	2.420,00	Facebook	1.500,00		
Aire	1.815,00	Avion Reveu	1.392,00		

MINISTERIO DE TRANSPORTES Y MOVILIDAD SOSTENIBLE



Sociedad de Salvamento y Seguridad Marítima (SASEMAR)

SEGURIDAD EN NÁUTICA DE RECREO

Objetivo y sentido: CONCIENCIAR A LAS PERSONAS USUARIAS DE NÁUTICA DE RECREO ACERCA DE LA IMPORTANCIA DE SEGUIR LAS RECOMENDACIONES DE SEGURIDAD.

Coste Total: 14.819,03

Inversión presupuestaria: Entidad Pública Empresarial. Su presupuesto no se ajusta a la clasificación económica de los PGE

Producción/creatividad: 0

Compra de medios: 14.819,03

Evaluación: 0

Periodo de ejecución: Del 1 de febrero al 31 de diciembre de 2025

Difusión: Nacional

Idioma: Castellano

Población objetivo de la campaña: Personas usuarias de náutica de recreo

Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

Adjudicatarios: **Compra de Medios:** Compra directa: 14.819,03 €

Plan de Medios:

Medios convencionales (14.819,03): Radio: 1.815,00 (12,25%); Medios gráficos: 2.452,83 (16,55%); Digital: 10.551,20 (71,20%)

Radio:

Radio Intereconomía	1815		
---------------------	------	--	--

Medios gráficos:

Transporte XXI	1.303,33	Diario del Puerto, Diario del Transporte y Logística	1.149,50
----------------	----------	--	----------

Digital:

Naucher Global	2.420,00	diarioelcanal.com-Canal Marítimo y Logístico	2.020,70	Mercantil.com	1.210,00
Forbes	2.420,00	Pasión por el Mar-Nautimedia	1.815,00	Nautica y Yates	665,50

FUNCIONES DE SASEMAR

Objetivo y sentido: EXPLICAR MEDIANTE INSERCIONES EN DIFERENTES MEDIOS DE COMUNICACIÓN LOS LOGROS Y LAS FUNCIONES DE SASEMAR

Coste Total: 2.210,00

Inversión presupuestaria: Entidad Pública Empresarial. Su presupuesto no se ajusta a la clasificación económica de los PGE

Producción/creatividad: 0

Compra de medios: 2.210,00

Evaluación: 0

Periodo de ejecución: Del 1 de febrero al 31 de diciembre de 2025

Difusión: Nacional

Idioma: Castellano

Población objetivo de la campaña: General y profesionales de la marina mercante

Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

Adjudicatarios: **Compra de Medios:** Compra directa: 2.210,00 €

Plan de Medios: Medios convencionales (2.210,00): Medios gráficos: 2.210,00 (100%)

Medios gráficos:

Estudios Marítimos Naucher, S.L.	1.210,00	Ingeniería Naval	1.000,00
----------------------------------	----------	------------------	----------

MINISTERIO DE EDUCACIÓN, FORMACIÓN PROFESIONAL Y DEPORTES

Secretaría General de Formación Profesional

EL NUEVO MODELO DE FORMACIÓN PROFESIONAL Y SUS POSIBILIDADES, BASADO EN LA FORMACIÓN PERMANENTE A LO LARGO DE LA VIDA PROFESIONAL PARA QUE NADIE SE QUEDE ATRÁS

Objetivo y sentido: TRAS LA APLICACIÓN DE LA NUEVA LEY DE FORMACIÓN PROFESIONAL Y DEL REAL DECRETO DE ORDENACIÓN, SE PRETENDE DIFUNDIR LA OFERTA FORMATIVA ADAPTADA A LAS NECESIDADES DE LAS PERSONAS TRABAJADORAS Y LAS OPORTUNIDADES QUE OFRECE, EN MEDIO DE UN ESCENARIO PRODUCTIVO EN PERMANENTE ACTUALIZACIÓN Y CON NUEVOS EMPLEOS. UNA FORMACIÓN DIRIGIDA TAMBIÉN A LA CUALIFICACIÓN Y RECUALIFICACIÓN DE PERSONAS TRABAJADORAS CON NUEVA OFERTA FORMATIVA Y MODULAR Y EL IMPULSO A LA ACREDITACIÓN DE COMPETENCIAS.

Coste Total: 1.049.864,95

Inversión presupuestaria: Capítulo 2

Producción/creatividad: 112.527,23

Compra de medios: 937.337,72

Evaluación: 0

Periodo de ejecución: Del 2 al 16 de diciembre de 2025

Difusión: Nacional

Idioma: Castellano, catalán, gallego y euskera

Población objetivo de la campaña: General, empresarios/as y población trabajadora

Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

Adjudicatarios:

Producción/creatividad: Indra Soluciones Tecnologías de la Información, S.L.U.: 112.527,23 €

Compra de Medios: Media Sapiens Spain, S.L.: 937.337,72 €

Plan de Medios:

Medios convencionales (937.337,72): Televisión: 226.713,09 (24,19%); Radio: 286.845,56 (30,60%); Medios gráficos: 207.299,10 (22,12%); Digital: 216.479,97 (23,10%)

Televisión:

Netflix	37.683,71	Multi Atresmedia: Nova, Mega y Atreseries	16.781,49	NewixMedia-FORTA	7.679,87
MediaMax (FDF, Divinity, Energy y Be Mad)	26.201,34	La Sexta	14.483,70	TV de Cataluña (TV3)	865,15
Cuatro	24.088,68	Castilla y León TV (RTVCyL)	12.530,92	Canal Extremadura TV	329,73
Telecinco	21.366,18	La Rioja 7TV	8.989,70	TVE	0,00
Amazon Prime	20.935,37	Navarra TV	8.292,77		
Antena 3	18.273,42	Neox	8.211,06		

Radio:

Los40 Clasic	99.328,42	Onda Cero Radio	38.133,15	Radio Euskadi	3.223,15
Cadena Ser	68.735,50	RAC 1	16.649,48	Radio Gallega (RG)	2.456,23
COPE	52.015,48	Canal Sur Radio	5.135,53	Aragón Radio	1.168,62

Medios gráficos:

Grupo Vocento	68.082,86	Grupo Alayans	37.525,49		
Grupo Prensa Ibérica	64.287,32	Delivery Media	37.403,43		

Digital:					
Spotify	29.784,48	Grupo Prensa Ibérica	13.828,93	El Confidencial	3.216,40
Atresplayer	23.868,18	Alayans	13.630,61	ABC.es	3.074,45
YouTube	21.648,00	Instagram	5.799,58	lavanguardia.com	2.858,41
Mediaset Infinity	20.732,14	Facebook	5.024,43	20minutos.es	2.734,04
Delivery Media	19.572,23	El Español	4.032,05	eldiario.es	2.287,18
RTVE Play	18.178,87	El País.com	3.929,67	LOS 40	522,72
Grupo Vocento	17.912,21	El Mundo.es	3.845,39		

MINISTERIO DE EDUCACIÓN, FORMACIÓN PROFESIONAL Y DEPORTES

Dirección General de Planificación y Gestión Educativa

DIFUSIÓN DE BECAS Y AYUDAS AL ESTUDIO

Objetivo y sentido: PRESTIGIAR EL SISTEMA ESTATAL DE BECAS Y AYUDAS AL ESTUDIO, DADO SU PAPEL FUNDAMENTAL COMO GARANTÍA DE LA IGUALDAD EFECTIVA DE OPORTUNIDADES. DIFUNDIR EL CONCEPTO DE BECAS Y AYUDAS AL ESTUDIO COMO DERECHO SUBJETIVO DEL ALUMNADO. DAR A CONOCER LAS LÍNEAS MAESTRAS DEL SISTEMA ESTATAL DE BECAS, SUS PRINCIPALES MODALIDADES, REQUISITOS Y CALENDARIOS, DE FORMA QUE NINGÚN ALUMNO/A QUE PUDIESE TENER DERECHO A LAS AYUDAS DEJE DE SOLICITARLAS POR FALTA DE INFORMACIÓN.

Coste Total: 917.713,24

Inversión presupuestaria: Capítulo 2

Producción/creatividad: 96.679,00

Compra de medios: 821.034,24

Evaluación: 0

Periodo de ejecución: Del 4 al 31 de marzo de 2025

Difusión: Nacional

Idioma: Castellano, catalán, gallego y euskera

Población objetivo de la campaña: Estudiantes

Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

Adjudicatarios:

Producción/creatividad: Quin Team, S.L.: 96.679,00 € **Compra de Medios:** Nova Sapiens, S.L.: 821.034,24 €

Plan de Medios:

Medios convencionales (821.034,24): Televisión: 232.109,70 (28,27%); Radio: 274.424,18 (33,42%); Medios gráficos: 169.507,42 (20,65%); Digital: 144.992,94 (17,66%)

Televisión:

Antena 3	44.812,11	Multi Atresmedia: Nova, Mega y Atraserries	19.273,67	Navarra TV	5.005,01
Telecinco	35.012,63	Castilla y León TV (RTVCyL)	16.558,54	La 8 Mediterráneo	1.662,90
MediaMax (FDF, Divinity, Energy y Be Mad)	32.660,74	NewixMedia-FORTA	9.825,50	TV de Cataluña (TV3)	972,24
Cuatro	27.013,26	Neox	8.183,30	Canal Extremadura TV	507,75
La Sexta	25.168,31	La Rioja 7TV	5.453,74	TVE	0,00
Radio:					
Cadena Ser	141.141,45	RAC 1	28.737,79	Radio Gallega (RG)	4.922,66
Los40 Clasic	86.747,28	Canal Sur Radio	8.729,86	Radio Euskadi	4.145,14

Medios gráficos:					
Marca	50.623,74	ABC	20.765,44	El Economista	5.459,52
El País	36.478,23	La Vanguardia	19.199,07	Cinco Días	3.600,96
El Mundo	24.993,13	Expansión	8.387,33		
Digital:					
Exte	27.549,68	El País.com	5.294,23	sport.es	3.516,53
Cadena Ser	22.950,00	20minutos.es	4.320,23	eldiario.es	3.268,02
marca.com	22.908,96	Instagram	4.300,72	lavanguardia.com	3.003,93
YouTube	21.420,00	Facebook	4.169,28	Publico.es	536,99
As.com	8.318,72	mundodeportivo.com	3.878,27	elplural.com	214,14
El Mundo.es	5.607,93	ABC.es	3.609,77	Infolibre.es	125,54

MINISTERIO DE TRABAJO Y ECONOMÍA SOCIAL

Gabinete de la Ministra

INSPECCIÓN DE TRABAJO

Objetivo y sentido: INFORMAR SOBRE LA FUNCIÓN Y EL ACCESO A LA INSPECCIÓN DE TRABAJO, ASÍ COMO LA DENUNCIA Y LOS DIFERENTES MÉTODOS DE COMUNICAR IRREGULARIDADES LABORALES AL ORGANISMO.

Coste Total: 454.680,67

Inversión presupuestaria: Capítulo 2

Producción/creatividad: 11.495,00

Compra de medios: 443.185,67

Evaluación: 0

Periodo de ejecución: Del 17 al 23 de noviembre de 2025

Difusión: Nacional

Idioma: Castellano, catalán, gallego y euskera

Población objetivo de la campaña: Empresarios y población trabajadora

Medidas accesibilidad: Subtitulación y audiodescripción

Adjudicatarios:

Producción/creatividad: Atipus, S.L.: 11.495,00 €

Compra de Medios: T20 Admedia Services, S.L.: 443.185,67 €

Plan de Medios:

Medios convencionales (443.185,67): Radio: 156.408,18 (35,29%); Medios gráficos: 92.762,24 (20,93%); Digital: 36.000,00 (8,12%); Exterior: 158.015,25 (35,65%)

Radio:

Cadena Ser	57.920,28	RAC 1	14.438,33	Radio Gallega (RG)	884,09
COPE	47.999,49	Canal Sur Radio	2.920,70		
Onda Cero Radio	30.492,00	Radio Euskadi	1.753,29		

Medios gráficos:					
Delivery Media	8.715,42	Suplementos de El País	5.420,80	ABC	2.897,50
Pronto	8.324,80	Hola	5.246,56	La Vanguardia	2.678,94
Grupo Alayans	7.224,97	Semana	5.047,15	Suplemento de La Vanguardia	2.613,60
Grupo Vocento	6.881,39	Grupo Prensa Ibérica	4.704,48	Suplementos de El Mundo	1.780,78
XL Semanal	6.535,45	El País	4.241,66	Suplementos de ABC	1.637,28
Lecturas	5.595,04	20 Minutos	4.230,77		
Diez Minutos	5.498,24	El Mundo	3.487,41		
Digital:					
Ivoox	9.000,00	El Mundo.es	3.126,13	Facebook	851,04
Delivery Media	8.272,89	ABC.es	2.719,56	mundodeportivo.com	510,32
Grupo Vocento	6.127,10	As.com	1.022,23	sport.es	267,46
El País.com	3.154,31	Instagram	948,96		
Exterior:					
Global	83.115,09	014 IN, S.L.	28.749,60	Gran Pantalla de Pub. Exterior, S.L.	46.150,56

MINISTERIO DE TRABAJO Y ECONOMÍA SOCIAL

Gabinete de la Ministra

1º DE MAYO: DÍA INTERNACIONAL DEL TRABAJO

Objetivo y sentido: CONMEMORACIÓN ANUAL DE ESTA EFEMÉRIDE, UN DÍA DE GRAN SIMBOLISMO QUE RECOGE ASPIRACIONES Y OBJETIVOS PARA LAS PERSONAS TRABAJADORAS.

Coste Total: 412.166,50

Inversión presupuestaria: Capítulo 2

Producción/creatividad: 12.348,00

Compra de medios: 399.818,50

Evaluación: 0

Periodo de ejecución: Del 28 de abril al 4 de mayo de 2025

Difusión: Nacional

Idioma: Castellano

Población objetivo de la campaña: General, empresarios/as y población trabajadora

Medidas accesibilidad: Subtitulación y audiodescripción

Adjudicatarios:

Producción/creatividad: Bárbara Alca: 12.348,00 €

Compra de Medios: Nova Sapiens, S.L.: 399.818,50 €

Plan de Medios:

Medios convencionales (399.818,50): Medios gráficos: 174.803,12 (43,72%); Exterior: 225.015,38 (56,28%)

Medios gráficos:

Grupo Alayans	32.397,75	Grupo Vocento	17.278,60	La Vanguardia	11.118,69
Delivery Media	23.279,34	Grupo Prensa Ibérica	16.757,53	ABC	10.272,97
El País	19.362,43	El Mundo	14.629,41		
Marca	18.549,59	As	11.156,81		

Exterior:					
Exterior 21	54.208,00	Exteria	40.910,10	Super 8 Media	25.410,00
Callao City Lights	47.008,50	Global	32.492,28	014 IN, S.L.	24.986,50

MINISTERIO DE TRABAJO Y ECONOMÍA SOCIAL

Secretaría de Estado de Economía Social

2025, AÑO INTERNACIONAL DE LAS COOPERATIVAS

Objetivo y sentido: DIFUNDIR ENTRE LA SOCIEDAD, CON ESPECIAL INCIDENCIA EN MUJERES Y JÓVENES, EL AÑO INTERNACIONAL DE LAS COOPERATIVAS Y LA CONTRIBUCIÓN DE LA ECONOMÍA SOCIAL EN EL BIENESTAR COLECTIVO Y EN EL DESARROLLO SOSTENIBLE.

Coste Total: 94.962,24

Inversión presupuestaria: Capítulo 2

Producción/creatividad: 10.648,00

Compra de medios: 84.314,24

Evaluación: 0

Periodo de ejecución: Del 4 al 12 de julio de 2025

Difusión: Nacional

Idioma: Castellano

Población objetivo de la campaña: General

Adjudicatarios:

Producción/creatividad: Sirope Agencia Creativa, S.L.: 10.648,00 €

Compra de Medios: Carat España, S.A.U.: 84.314,24 €

Plan de Medios:

Medios convencionales (84.314,24): Digital: 84.314,24 (100,00%)

Digital:

20minutos.es	26.814,88	El País.com	12.349,21	Instagram	1.195,76
El Español	22.991,68	TikTok	1.354,24	Sosfe	983,23
El Mundo.es	16.731,93	heraldo.es	1.317,85	ABC.es	575,46

MINISTERIO DE TRABAJO Y ECONOMÍA SOCIAL

Unidad Administradora del Fondo Social Europeo

DÍA DE EUROPA

Objetivo y sentido: DIFUNDIR LAS ACCIONES DEL FONDO SOCIAL EUROPEO Y SUS EFECTOS EN LA CIUDADANÍA Y CONMEMORAR A TRAVÉS DE AQUELLAS EL DÍA DE EUROPA.

Coste Total: 17.787,00

Inversión presupuestaria: Capítulo 2

Producción/creatividad: 17.242,50

Compra de medios: 544,50

Evaluación: 0

Periodo de ejecución: Del 18 de marzo al 30 de junio de 2025

Difusión: Nacional

Idioma: Castellano

Población objetivo de la campaña: General

Medidas accesibilidad: Subtitulación y lengua de signos

Adjudicatarios:

Producción/creatividad: Fresno Servicios Sociales S.L.: 17.242,50 €

Compra de Medios: Fresno Servicios Sociales S.L.: 544,5 €

Plan de Medios:

Medios no convencionales (544,50): Nota de prensa Agencia EFE: 544,50 (100%), portal y redes sociales propias

MINISTERIO DE INDUSTRIA Y TURISMO



Instituto de Turismo de España (TURESPAÑA)

PROMOCIÓN DE LAS INSCRIPCIONES EN LA CONVENCION DE TURESPAÑA

Objetivo y sentido: DIFUNDIR LA CONVENCION DE TURESPAÑA Y PROMOVER LAS INSCRIPCIONES DE PROFESIONALES DEL SECTOR TURISTICO DE ENTIDADES PÚBLICAS Y PRIVADAS PARA SU PARTICIPACION EN LA V CONVENCION DE TURESPAÑA EN CÁCERES.

Coste Total: 18.134,21

Inversión presupuestaria: Capítulo 6

Producción/creatividad: 0

Compra de medios: 18.134,21

Evaluación: 0

Periodo de ejecución: Del 1 de julio al 30 de septiembre de 2025

Difusión: Nacional

Idioma: Castellano

Población objetivo de la campaña: Empresarios/as y población trabajadora

Adjudicatarios:

Compra de Medios: Universal McCann, S.A.: 18.134,21 €

Plan de Medios:

Medios convencionales (18.134,21): Digital: 18.134,21 (100,00%)

Digital:

Agenttravel.Es	6.616,22	Hosteltur	6.405,74	Smart Travel News	5.112,25
----------------	----------	-----------	----------	-------------------	----------

MINISTERIO DE INDUSTRIA Y TURISMO



Oficina Española de Patentes y Marcas (OEPM)

CONCIENCIACIÓN Y SENSIBILIZACIÓN SOBRE LAS FALSIFICACIONES DE BIENES Y MERCANCÍAS Y SUS CONSECUENCIAS SOCIALES Y ECONÓMICAS

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

Coste Total: 1.386.294,33

Inversión presupuestaria: Capítulo 2

Producción/creatividad: 96.793,95

Compra de medios: 1.279.796,18

Evaluación: 9.704,2

Periodo de ejecución: Del 28 de noviembre al 19 de diciembre de 2025

Difusión: Nacional

Idioma: Castellano, catalán, gallego, euskera y valenciano

Población objetivo de la campaña: General

Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

Adjudicatarios:

Producción/creatividad: Movilidapp Ibérica, S.L.: 96.793,95 €

Compra de Medios: Media Sapiens Spain, S.L.: 1.279.796,18 €

Evaluación: Memorándum Multimedia, S.L.: 9.704,20 €

Plan de Medios:

Medios convencionales (1.279.796,18): Televisión: 290.345,85 (22,69%); Radio: 153.766,80 (12,01%); Medios gráficos: 225.074,86 (17,59%); Digital: 442.000,00 (34,54%); Exterior: 168.608,67 (13,17%)

Televisión:

Netflix	46.427,70	Neox	15.489,21	Navarra TV	4.590,68
HBO	44.612,70	La Sexta	15.437,79	Multi Atresmedia: Nova, Mega y Atreseries	4.587,11
Movistar Plus +	30.853,55	Cuatro	14.758,98	La Rioja 7TV	4.492,12
Telecinco	27.779,78	Pulsa TV	12.772,76	TV de Cataluña (TV3)	2.032,80
Antena 3	27.697,50	Castilla y León TV (RTVCyL)	8.253,71	Canal Extremadura TV	385,69
MediaMax (FDF, Divinity, Energy y Be Mad)	22.030,47	NewixMedia-FORTA	8.143,30	TVE	0,00

Radio:

Los40 Clasic	79.516,36	Cadena Ser	38.870,04	Onda Cero Radio	35.380,40
--------------	-----------	------------	-----------	-----------------	-----------

Medios gráficos:

Grupo Vocento	91.751,88	Expansión	25.880,91	Suplementos de El País	7.679,87
Grupo Cerca	87.715,32	XL Semanal	12.046,88		

Digital:

Atresplayer	57.135,33	RTVE Play	43.516,34	Facebook	10.258,67
Delivery Media	53.282,39	Grupo Prensa Ibérica	37.647,13	Cadena Ser	7.312,22
Mitele	49.628,33	Alayans	37.107,24	Onda Cero	2.173,79
Grupo Vocento	48.763,22	YouTube	35.360,00		
Spotify	47.974,00	Instagram	11.841,34		

Exterior:

Global	119.180,17	Extería	49.428,50		
--------	------------	---------	-----------	--	--

MINISTERIO DE AGRICULTURA, PESCA Y ALIMENTACIÓN

Subsecretaría de Agricultura, Pesca y Alimentación

VALORIZACIÓN DEL MUNDO RURAL

Objetivo y sentido: REDEFINIR LA PERCEPCIÓN DE LAS COMUNIDADES RURALES Y ESTIMULAR UN CAMBIO POSITIVO EN LA SOCIEDAD EN GENERAL HACIA LA APRECIACIÓN Y EL APOYO A LA VIDA RURAL. EVITAR QUE LA CRECIENTE DESCONEXIÓN ENTRE LA SOCIEDAD Y LAS COMUNIDADES RURALES CONDUZCA A UNA DISMINUCIÓN EN LA VALORACIÓN DE LA AGRICULTURA, LA PRODUCCIÓN RURAL Y LA VIDA RURAL, EN GENERAL. DESTACAR LA IMPORTANCIA DE ESTAS COMUNIDADES, DESTACANDO SU CONTRIBUCIÓN FUNDAMENTAL A LA SEGURIDAD ALIMENTARIA Y LA PRESERVACIÓN DEL MEDIO AMBIENTE.

Coste Total: 291.898,68

Inversión presupuestaria: Capítulo 2

Producción/creatividad: 0

Compra de medios: 291.898,68

Evaluación: 0

Periodo de ejecución: Del 29 de septiembre al 19 de octubre de 2025

Difusión: Nacional

Idioma: Castellano

Población objetivo de la campaña: General

Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

Adjudicatarios:

Compra de Medios: Media Sapiens Spain, S.L.: 291.898,68 €

Plan de Medios:

Medios convencionales (291.898,68): Radio: 112.240,73 (38,45%); Medios gráficos: 106.407,92 (36,45%); Digital: 73.250,03 (25,09%)

Radio:

Cadena Ser	48.585,81	Canal Sur Radio	5.280,45	Radio Gallega (RG)	2.356,21
Cadena 40 Principales	36.544,66	Canal Fiesta (Canal Sur)	3.884,03	Aragón Radio	1.398,08
RAC 1	11.768,80	Radio Euskadi	2.422,69		

Medios gráficos:

Delivery Media	29.239,14	Grupo Prensa Ibérica	19.004,99	Suplementos de El País	4.247,10
Grupo Alayans	23.987,46	XL Semanal	5.475,86		
Grupo Vocento	19.879,57	Suplemento de La Vanguardia	4.573,80		

Digital:

Delivery Media	10.339,66	IVOOX	5.860,01	lavanguardia.com	2.256,14
Grupo Vocento	9.041,24	El Mundo.es	4.003,62	ABC.es	2.203,79
Grupo Prensa Ibérica	8.964,65	El País.com	3.589,07	eldiario.es	1.952,35
SPOTIFY	8.790,00	20minutos.es	3.212,27	El Confidencial	1.755,66
Alayans	8.279,46	El Español	3.002,11		

Observaciones: La creatividad fue realizada en 2024 por The Box Advertising, S.L. : 16.244,25 €

MINISTERIO DE AGRICULTURA, PESCA Y ALIMENTACIÓN

Dirección General de Alimentación

ALIMENTOS DE ESPAÑA, ALIMENTOS DE TODOS

Objetivo y sentido: PROMOCIONAR LOS ALIMENTOS EMBLEMÁTICOS PRODUCIDOS EN NUESTRO PAÍS Y QUE FORMAN PARTE DE NUESTRA GASTRONOMÍA, ESPECIALMENTE LOS PRODUCTOS CON CALIDAD DIFERENCIADA, LA PRODUCCIÓN ECOLÓGICA Y PRODUCTOS PESQUEROS, ASÍ COMO EVITAR EL DESPERDICIO ALIMENTARIO Y DAR VISIBILIDAD A LA MARCA "ALIMENTOS DE ESPAÑA", ESTABLECIENDO VÍNCULOS CON OTRAS DISCIPLINAS COMO LA GASTRONOMÍA, EL DEPORTE Y LA CULTURA.

Coste Total: 4.813.468,58

Inversión presupuestaria: Capítulo 6

Producción/creatividad: 1.777,61

Compra de medios: 4.798.659,27

Evaluación: 13.031,7

Periodo de ejecución: Del 4 de abril al 15 de junio de 2025; del 7 de abril al 25 de mayo de 2025 y del 15 de abril al 28 de mayo de 2025

Difusión: Nacional

Idioma: Castellano

Población objetivo de la campaña: General

Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

Adjudicatarios:

Producción/creatividad: Ilunion Accesibilidad, S.A.U.: 1.777,61 €

Compra de Medios: T20 Admedia Services, S.L.: 4.798.659,27 €

Evaluación: Memorándum Multimedia, S.L.: 13.031,70 €

Plan de Medios:

Medios convencionales (4.798.659,27): Televisión: 903.452,76 (18,83%); Radio: 907.527,92 (18,91%); Medios gráficos: 635.890,25 (13,25%); Digital: 1.479.732,18 (30,84%); Exterior: 872.056,16 (18,17%)

Televisión:

Antena 3	423.514,16	Cuatro	13.305,52	Multi Atresmedia: Nova, Mega y Atreseries	6.914,91
Telecinco	211.015,65	MediaMax (FDF, Divinity, Energy y Be Mad)	12.786,31	Neox	3.108,49
NewixMedia-FORTA	140.877,99	La Sexta	12.475,46	TVE	0,00
Pulsa TV	70.030,69	TV de Cataluña (TV3)	9.423,58		

Radio:

Onda Cero Radio	330.439,96	Cadena 100	60.318,50	Radio Euskadi	8.424,67
COPE	162.188,88	KISS FM	52.111,80	Radio Gallega (RG)	4.399,52
Cadena Ser	157.512,36	RAC 1	45.468,35		
Radio Marca	72.600,00	Canal Sur Radio	14.063,88		

Medios gráficos:					
Grupo Alayans	103.495,77	Hola	14.755,95	Forbes	3.167,36
Grupo Prensa Ibérica	64.372,00	Cambio 16	13.830,30	Grupo Faro	3.109,89
Delivery Media	54.347,76	Suplemento de La Vanguardia	11.664,40	Clara	3.073,16
Grupo Vocento	49.872,78	Telva	11.352,39	Esquire	2.983,86
Suplementos de El País	49.122,61	El Poder del amor moderno	10.890,00	Saber Vivir	2.689,83
Diez Minutos	30.927,60	Tinta Libre	9.074,96	Historia National Geographic	2.513,41
Pronto	29.266,87	La Vanguardia	6.013,70	Cosas de Casa	2.131,17
XL Semanal	21.669,65	National Geographic	4.880,90	Viajes National Geographic	1.910,11
Lifestyle	20.592,34	Emprendedores	4.826,45	Arquitectura y Diseño	1.655,28
Lecturas	17.010,18	Capital	4.573,80	Cocina Fácil-Lecturas	1.457,08
Yo Dona	16.496,83	El Mueble	3.696,07	Mongolia	1.089,00
Suplementos de El Mundo	15.664,27	Viajar	3.669,93	Temas	424,71
Semana	15.333,12	InStyle	3.489,16	Agronegocios	321,26
Mujer Hoy	14.897,52	Interiores	3.268,09	Origen	308,73
Digital:					
Movistar	210.709,86	YouTube	40.639,99	EIEconomista.es	8.075,54
RTVE Play	204.943,75	Instagram	35.653,76	El Mundo.es	3.800,08
Alayans	173.972,10	lavanguardia.com	26.057,01	El País.com	3.338,92
Grupo Vocento	169.448,16	eldiario.es	21.273,75	Agronegocios	2.439,36
Grupo Prensa Ibérica	168.141,33	Facebook	15.650,24	Infolibre.es	1.870,38
Grupo Godó	113.224,08	Vidoomy	14.748,04	Agricultura	650,50
Delivery Media	101.267,83	expansion.com	11.245,16	Planeta Vino	484,00
Grupo Henneo	70.169,33	elplural.com	9.007,07		
El Español	64.426,72	Publico.es	8.495,22		
Exterior:					
Zercana Consulting, S.L.	287.942,49	Global	58.943,87	Gran Pantalla de Pub. Exterior, S.L.	17.222,99
014 IN, S.L.	201.510,67	H2071	45.375,00	Activa Comunicación Creativa, S.L.	13.612,50
Super 8 Media	92.246,91	Capitol	43.614,45		
Bidiscout	76.956,00	Exterior Plus	34.631,28		

MINISTERIO DE AGRICULTURA, PESCA Y ALIMENTACIÓN

Dirección General de Alimentación

PARTICIPACIÓN EN FERIAS Y EVENTOS DE CARÁCTER AGROALIMENTARIO Y PESQUERO 2025

Objetivo y sentido: LA PRESENCIA INSTITUCIONAL DEL MINISTERIO EN ESTOS EVENTOS, A TRAVÉS DE LA MARCA "ALIMENTOS DE ESPAÑA" TIENE COMO OBJETIVO CONSOLIDAR LA IMAGEN DE NUESTRO PAÍS COMO POTENCIA ALIMENTARIA Y GASTRONÓMICA, HACIENDO HINCAPIÉ EN EL VALOR DE LOS ALIMENTOS DE ESPAÑA Y FOMENTANDO SU CONSUMO, ESPECIALMENTE DE LOS PRODUCTOS DE LA PESCA Y LA ACUICULTURA.

Coste Total: 1.930.240,67

Inversión presupuestaria: Capítulo 6

Producción/creatividad: 0

Compra de medios: 1.930.240,67

Evaluación: 0

Periodo de ejecución: Del 27 de enero al 1 de diciembre de 2025

Difusión: Nacional

Idioma: Castellano

Población objetivo de la campaña: General

Adjudicatarios:

Compra de Medios: Fira Internacional de Barcelona: 16.498,90 €; Next Business Exhibitions S.L.: 16.335,00 €; Feria de Zaragoza: 15.285,93 €; Agrifood Sector Communication, S.L.: 9.680,00 €; Confederación Empresarial de Hostelería de España: 8.000,00 €; Asociación Vida Sana Barcelona: 18.137,90 €; Comunidad Europea de Cocineros: 9.680,00 €; Fundación Km Zero Hub de la Comunitat Valenciana: 6.050,00 €; Top of The Mountain, S.L.: 7.260,00 €; Edimarket Editores, S.L.: 8.470,00 €; La Blond Think Tank, S.L.: 12.100,00 €; Michelin España Portugal, S.A.: 84.700,00 €; Fundación para la promoción y el desarrollo del olivar y del aceite de oliva: 18.137,90 €; Real Academia de Gastronomía: 17.545,00 €; Paladina Marketing, S.L.: 11.248,13 €; Sonder Global Holding S.L.: 12.100,00 €; Servicios Hosteleros Mikeldi, S.L.: 6.050,00 €; Spainmedia Gastro, S.L.: 17.545,00 €; Alberto Granados Martínez: 7.260,00 €; Repsol S.A.: 99.220,00 €; Foro de Debate, S.L.U.: 355.740,00 €; Nürnbergmesse GMBH: 56.815,36 €; Progourmet, S.A.: 424.065,00 €; Diversified Communications: 141.310,40 €; Agora Red Studio, S.L.: 102.136,10 €; Asociación Española de Mayoristas, Transformadores, Importadores y Exportadores de Productos de la Pesca y la Acuicultura: 21.980,00 €; Paladina Marketing, S.L.: 71.284,05 €; Agora Red Studio, S.L.: 62.823,20 €; Institución Ferial de Madrid: 25.676,15 €; Ferias Jaén S.A.M.P. Unipersonal: 20.118,65 €; M. Almorin, S.L.: 51.788,00 €; Institución Ferial de Madrid: 121.000,00 €; Basque Culinary Center Hezkuntza Fundazioa: 74.200,00 €

Plan de Medios:

Medios no convencionales (1.930.240,67): Relaciones públicas: 1.930.240,67 (100,00%)

MINISTERIO DE AGRICULTURA, PESCA Y ALIMENTACIÓN

Dirección General de Alimentación

PREMIOS ALIMENTOS DE ESPAÑA 2025

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

Coste Total: 95.252,59

Inversión presupuestaria: Capítulo 6

Producción/creatividad: 0

Compra de medios: 95.252,59

Evaluación: 0

Periodo de ejecución: El 22 de octubre de 2025

Difusión: Nacional

Idioma: Castellano

Población objetivo de la campaña: General

Adjudicatarios:

Compra de Medios: Ipro Organización, S.L.: 36.133,89 €; Gastromusic Producciones, S.L.U.: 26.400,00 €; Fundación del Teatro Real: 12.463,00€; Solideas y Eventos, S.L.: 2.420,00 €; Fabricados y Montajes Pedro Delgado, S.L.: 17.835,70 €

Plan de Medios:

Medios no convencionales (95.252,59): Relaciones publicas: 95.252,59 (100,00%)

Dirección General de Desarrollo Rural, Innovación y Formación Agroalimentaria

PRESENCIA INSTITUCIONAL DE CAMINOS NATURALES EN FITUR 2025

Objetivo y sentido: PARTICIPACIÓN EN FERIA FITUR 2025 PARA DAR A CONOCER LA RED DE CAMINOS NATURALES DE ESPAÑA

Coste Total: 200.399,94

Inversión presupuestaria: Capítulo 6

Producción/creatividad: 200.399,94

Compra de medios: 0

Evaluación: 0

Periodo de ejecución: Del 22 al 26 de enero de 2025

Difusión: Nacional

Idioma: Castellano

Población objetivo de la campaña: General

Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción, lengua de signos y stand accesible

Adjudicatarios:

Producción/creatividad: Tars Design From I To C, S.L.: 200.399,94 €

Plan de Medios:

Medios no convencionales (0): Relaciones públicas

MINISTERIO DE AGRICULTURA, PESCA Y ALIMENTACIÓN

ENESA
Entidad Estatal de Seguros Agrarios D.A.

Entidad Estatal de Seguros Agrarios (ENESA)

PLAN DE SEGUROS AGRARIOS

Objetivo y sentido: DIVULGAR Y PROMOCIONAR EL SISTEMA DE SEGUROS AGRARIOS COMBINADOS, ASÍ COMO LAS NOVEDADES DEL 46º PLAN DE SEGUROS AGRARIOS COMBINADOS APROBADO POR EL GOBIERNO. CONCIENCIAR A LOS AGRICULTORES/AS, GANADEROS/AS, ACUICULTORES/AS Y PROPIETARIOS FORESTALES DE LA CONVENIENCIA DE ASEGURAR SUS PRODUCCIONES COMO MEDIO PARA ESTABILIZAR LAS RENTAS, GARANTIZAR LA VIABILIDAD DE LAS EXPLOTACIONES AGRARIAS Y MEJORAR SU RESILIENCIA FRENTE A LOS RIESGOS CLIMÁTICOS.

Coste Total: 335.483,93

Inversión presupuestaria: Capítulo 2

Producción/creatividad: 16.341,96

Compra de medios: 319.141,97

Evaluación: 0

Periodo de ejecución: Del 22 de julio al 30 de septiembre de 2025

Difusión: Nacional

Idioma: Castellano, catalán, gallego, euskera y valenciano

Población objetivo de la campaña: Empresarios/as y población trabajadora

Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

Adjudicatarios:

Producción/creatividad: Alcandora Publicidad, S.L.: 16.341,96 €

Compra de Medios: Zosmamedia, S.L.: 319.141,97 €

Plan de Medios:

Medios convencionales (319.141,97): Televisión: 100.621,93 (31,53%); Radio: 96.189,56 (30,14%); Medios gráficos: 12.053,16 (3,78%); Digital: 110.277,29 (34,55%)

Televisión:

NewixMedia-FORTA	89.636,27	Navarra TV	1.864,22	La Rioja 7TV	1.465,77
Castilla y León TV (RTVCyL)	6.169,31	Canal Extremadura TV	1.486,36	TVE	0,00

Radio:

Cadena Ser	92.661,2	Onda Cero Radio	3.528,36		
------------	----------	-----------------	----------	--	--

Medios gráficos:

Agronegocios	4375,02	Mercados	402,3	Fruticultura	301,73
Vida Rural	3372,29	Valencia Fruits	353,27	PorciNews	251,44
Mundo Ganadero	1242,1	Phytoma	339,44	Ganadería	251,44
FH Almería	603,45	Olimerca	314,30	Agricultura	246,41

Digital:

RTVE Play	24.788,31	El Mundo.es	6.063,83	Double Verify	3.206,50
Youtube	16.032,50	El Confidencial	5.543,28	Facebook	2.485,04
Atresplayer	15.261,71	El País.com	5.118,88	Instagram	2.485,04
Mitele	13.750,38	lavanguardia.com	5.074,53	Agronews	93,17
El Español	6.423,99	Pluto TV	3.916,59	Agencia EFE	33,54

MINISTERIO DE AGRICULTURA, PESCA Y ALIMENTACIÓN



Fondo Español de Garantía Agraria (FEGA)

AYUDAS PAC 2025

Objetivo y sentido: PONER EN VALOR LA LABOR DE LOS AGRICULTORES/AS Y GANADEROS/AS Y SU IMPORTANCIA. COMUNICAR LOS CAMBIOS INTRODUCIDOS POR LA NUEVA PAC. LLAMAR A LA ACCIÓN A LOS AGRICULTORES/AS Y GANADEROS/AS PARA QUE SOLICITEN LAS AYUDAS (APERTURA DEL PLAZO).

Coste Total: 306.416,61

Inversión presupuestaria: Capítulo 2

Producción/creatividad: 2.415,16

Compra de medios: 297.485,6

Evaluación: 6.515,85

Periodo de ejecución: Del 20 de marzo al 30 de abril de 2025

Difusión: Nacional

Idioma: Castellano, catalán, gallego, euskera y valenciano

Población objetivo de la campaña: General

Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

Adjudicatarios:

Producción/creatividad: Alcandora Publicidad, S.L.: 2.415,16 €

Compra de Medios: Media Diamond, S.L.: 297.485,60 €

Evaluación: Memorándum Multimedia, S.L.: 6.515,85 €

Plan de Medios:

Medios convencionales (297.485,60): Radio: 145.568,00 (48,93%); Medios gráficos: 95.571,77 (32,13%); Digital: 56.345,83 (18,94%)

Radio:

Onda Cero Radio	119.213,74	Canal Sur Radio	2.992,94	Aragón Radio	467,36
Cadena Ser	15.584,04	Radio Gallega (RG)	1.928,44		
Cataluña Radio	4.891,43	Onda Madrid	490,05		

Medios gráficos:

El País	51.652,48	Diario de León	685,34	Mercados	1,94
Marca	40.629,98	Diario de Burgos	528,53	Agricultura	1,19
La Gaceta Regional de Salamanca	1.173,22	El Economista	7,32		
Ideal	888,62	Agronegocios	3,15		

Digital:

Grupo Vocento	44.057,07	Mundo Ganadero	2.178,00	Mercacei	907,50
Agronegocios	2.178,00	Andaluciainformacion.es (Viva)	2.049,74	EFE	726,00
Vida Rural	2.178,00	Instagram	1.648,02	Revista Agricultura	423,50

MINISTERIO DE POLÍTICA TERRITORIAL Y MEMORIA DEMOCRÁTICA

Secretaría de Estado de Memoria Democrática

EL VALOR DE LAS LIBERTADES Y LA DEMOCRACIA EN ESPAÑA

Objetivo y sentido: DAR RESPUESTA AL PLAN DE ACCIÓN POR LA DEMOCRACIA, APROBADO POR ACUERDO DEL CONSEJO DE MINISTROS EN SU SESIÓN DE 17 DE SEPTIEMBRE DE 2024, DESARROLLANDO TODAS LAS ACCIONES DE COMUNICACIÓN Y DE DIVULGACIÓN QUE SE PRECISEN PARA INFORMAR Y COMUNICAR SOBRE LOS VALORES DE LAS LIBERTADES EN ESPAÑA Y TEMAS RELACIONADOS CON LA DEMOCRACIA.

Coste Total: 5.602.255,36

Inversión presupuestaria: Capítulo 2

Producción/creatividad: 4.210.569,57

Compra de medios: 1.391.685,79

Evaluación: 0

Periodo de ejecución: Del 17 al 27 de noviembre de 2025

Difusión: Nacional

Idioma: Castellano, catalán, gallego, euskera y valenciano

Población objetivo de la campaña: General

Medidas accesibilidad: Subtitulación y audiodescripción

Adjudicatarios:

Producción/creatividad: BBDO España, S.A.: 4.210.569,57 €

Compra de Medios: T20 Admedia Services, S.L.: 1.391.685,79 €

Plan de Medios:

Medios convencionales (1.391.685,79): Televisión: 380.127,08 (27,31%); Radio: 152.036,77 (10,92%); Medios gráficos: 256.977,08 (18,47%); Digital: 297.443,36 (21,37%); Exterior: 305.101,50 (21,92%)

Televisión:

Antena 3	160.554,02	Telecinco	12.915,26	MediaMax (FDF, Divinity, Energy y Be Mad)	6.364,00
Amazon Prime	66.224,51	Multi Atresmedia: Nova, Mega y Atreseries	11.276,22	Cuatro	6.235,90
Movistar Plus +	50.139,98	Navarra TV	8.090,36	TV de Cataluña (TV3)	5.742,73
NewixMedia-FORTA	18.245,18	La Sexta	7.510,30	Neox	5.135,74
Castilla y León TV (RTVCyL)	14.625,27	La Rioja 7TV	6.602,97	Canal Extremadura TV	464,64

Radio:

Cadena Ser	79.943,51	Cadena 100	13.428,10	Europa FM	11.311,08
Cadena 40 Principales	35.118,80	Cadena Dial	12.235,28		

Medios gráficos:

Grupo Alayans	54.692,97	La Vanguardia	12.690,48	Semana	2.141,70
Grupo Vocento	49.961,00	20 Minutos	11.519,20	XL Semanal	1.666,90
Grupo Prensa Ibérica	42.576,51	Delivery Media	11.172,74	Suplementos de El Mundo	1.133,60
El País	24.606,56	Pronto	3.251,88	Suplementos de El País	849,42
El Mundo	17.544,13	Lecturas	2.376,14	Suplemento de La Vanguardia	580,80
ABC	17.485,08	Diez Minutos	2.147,75	Suplementos de ABC	580,22

Digital:					
RTVE Play	51.035,24	As.com	14.273,20	20minutos.es	6.043,17
YOUTUBE	44.524,75	Grupo Prensa Ibérica	11.880,14	TIKTOK	5.207,40
SPOTIFY	43.706,39	ABC.es	8.314,41	FACEBOOK	3.721,83
Mediaset Infinity	41.902,50	INSTAGRAM	8.195,68	CADENA SER	1.537,61
Delivery Media	26.867,24	El País.com	7.380,42	Publico.es	1.369,99
Grupo Vocento	14.339,83	El Mundo.es	7.143,56		
Exterior:					
Callao City Lights	100.672,00	014 IN, S.L.	60.560,50	014 IN, S.L.	22.022,00
Sundisa	83.308,50	Super 8 Media	38.538,50		

MINISTERIO DE POLÍTICA TERRITORIAL Y MEMORIA DEMOCRÁTICA

Comisionado especial para la reconstrucción y reparación de los daños provocados por la DANA

RECONSTRUYENDO JUNTOS: RESPUESTA Y RECUPERACIÓN FRENTE A LA DANA

Objetivo y sentido: MOTIVAR LA SOLIDARIDAD EN LAS ZONAS AFECTADAS POR LA DANA DE LA COMUNIDAD VALENCIANA. FACILITAR EL ACCESO A AYUDAS Y SERVICIOS PARA LAS PERSONAS Y ENTIDADES AFECTADAS. DIFUNDIR INFORMACIÓN SOBRE LAS FUNCIONES, MEDIDAS Y RECURSOS GESTIONADOS POR EL COMISIONADO ESPECIAL.

Coste Total: 1.456.238,44

Inversión presupuestaria: Capítulo 2

Producción/creatividad: 16.940,00

Compra de medios: 1.439.298,44

Evaluación: 0

Periodo de ejecución: Del 31 de octubre al 20 de noviembre de 2025

Difusión: Autonómica

Idioma: Castellano y valenciano

Población objetivo de la campaña: General

Medidas accesibilidad: Subtitulación y audiodescripción

Adjudicatarios:

Producción/creatividad: Khon Studio: 16.940,00 € **Compra de Medios:** Nova Sapiens, S.L.: 1.439.298,44 €

Plan de Medios:

Medios convencionales (1.429.181,04): Radio: 109.864,55 (7,69%); Medios gráficos: 151.943,60 (10,63%); Digital: 668.748,17 (46,79%); Exterior: 498.624,72 (34,89%)

Medios no convencionales (10.117,40): folletos Serigrafía Margi, S.A.: 10.117,40 (100,00%)

Radio:

Cadena 40 Principales	39.362,04	COPE	24.944,61	Alzira Radio	36,78
Cadena Ser	27.469,37	Onda Cero Radio	18.051,75		
Medios gráficos:					
Delivery Media	42.688,80	Mediterráneo	17.202,36	Economía 3	1.418,30
Levante - El Mercantil Valenciano	31.682,41	Saber Vivir	3.352,91	Valencia Fruits	867,03
Las Provincias	25.828,47	Woman	3.085,50	Viajes National Geographic	637,67
Información	23.637,40	Revista Plaza	1.542,75		

Digital:					
Mediaset Infinity	208.861,18	Instagram	30.476,10	El País.com	6.799,20
eldiario.es	55.602,29	Facebook	26.896,96	Valencia Plaza	6.534,00
YouTube	54.139,04	Atresplayer	26.416,25	Atresplayer	3.786,40
Grupo Prensa Ibérica	46.734,10	eldiario.es	16.099,58	RTVE Play	2.541,00
Delivery Media	37.638,77	lasprovincias.es	13.482,95	20minutos.es	2.439,77
L'Associació de Mitjans d'Informació i Comunicació (AMIC)	37.019,80	ABC.es	12.346,04	Alayans	988,59
Spotify	34.423,83	levante-emv.com	7.644,76		
Grupo Vocento	31.073,45	El Mundo.es	6.804,11		
Exterior:					
Exterior 21	274.670,00	Global	17.075,52	Gran Pantalla de Publicidad Exterior, S.L.	7.803,27
Exteria	124.540,23	Super 8 Media	14.955,60		
110 Network, S.L.	47.099,25	Granpantalla.es Skilled	12.480,85		

MINISTERIO PARA LA TRANSICIÓN ECOLÓGICA Y EL RETO DEMOGRÁFICO

Subsecretaría para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico

PROMOCIÓN DEL EMPLEO PÚBLICO EN EL MINISTERIO PARA LA TRANSICIÓN ECOLÓGICA Y EL RETO DEMOGRÁFICO

Objetivo y sentido: DAR A CONOCER LOS PROCESOS SELECTIVOS DE LOS CUERPOS ESPECIALES INTEGRADOS EN EL MINISTERIO PARA LA TRANSICIÓN ECOLÓGICA Y EL RETO DEMOGRÁFICO PARA LOGRAR UNA MAYOR TASA DE COBERTURA DE LAS PLAZAS Y MEJORAR EL CONOCIMIENTO DE LOS TEMARIOS A EXAMINAR.

Coste Total: 41.959,23

Inversión presupuestaria: Capítulo 2

Producción/creatividad: 0

Compra de medios: 41959,23

Evaluación: 0

Periodo de ejecución: Del 9 al 30 de abril de 2025

Difusión: Nacional

Idioma: Castellano

Población objetivo de la campaña: Personas en búsqueda activa de empleo

Medidas accesibilidad:

Adjudicatarios:

Compra de Medios: Digital Sapiens, S.L.: 41.959,23 €

Plan de Medios:

Medios convencionales (41,959,23): Digital: 41.959,23 (100,00%)

Digital:

Delivery Media	12.714,84	Grupo Prensa Ibérica	8.599,32	TikTok	4.459,25
Grupo Vocento	11.185,82	EXTE	5.000,00		

MINISTERIO PARA LA TRANSICIÓN ECOLÓGICA Y EL RETO DEMOGRÁFICO



Instituto para la Diversificación y Ahorro de la Energía (IDAE)

LAS PERSONAS EN EL CENTRO DE LA TRANSICIÓN ENERGÉTICA

Objetivo y sentido: DIFUNDIR LA IMPORTANCIA DE LA TRANSICIÓN ENERGÉTICA Y EL PAPEL DE LA CIUDADANÍA EN LA MISMA A TRAVÉS DE LAS ACTUACIONES QUE PUEDE LLEVAR A CABO Y DE LOS BENEFICIOS QUE SE OBTIENEN A TRAVÉS DE ELLA, ASÍ COMO EL PAPEL QUE TIENEN EN LA MISMA DIFERENTES ACTUACIONES PUESTAS EN MARCHA POR EL IDAE.

Coste Total: 3.501.902,32

Inversión presupuestaria: Sociedad estatal. Su presupuesto no se ajusta a la clasificación económica de los PGE.

Producción/creatividad: 359.975,00

Compra de medios: 3.141.927,32

Evaluación: 0

Periodo de ejecución: Del 22 de septiembre al 31 de octubre de 2025

Difusión: Nacional

Idioma: Castellano, catalán, gallego, euskera y valenciano

Población objetivo de la campaña: General

Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

Adjudicatarios:

Producción/creatividad: Social Noise, S.L.: 359.975,00 € **Compra de Medios:** T20 Admedia Services, S.L.: 3.141.927,32 €

Plan de Medios:

Medios convencionales (3.141.927,32): Televisión: 831.548,33 (26,47%); Radio: 711.868,42 (22,66%); Medios gráficos: 493.964,38 (15,72%); Digital: 796.259,55 (25,34%); Exterior: 210.194,97 (6,69%); Cine: 98.091,67 (3,12%)

Televisión:

Antena 3	212.981,66	La Sexta	65.926,12	Pulsa TV	30.118,72
Telecinco	108.606,41	Multi Atresmedia: Nova, Mega y Atreseries	48.419,24	Neox	17.399,98
Castilla y León TV (RTVCyL)	78.260,37	La Rioja 7TV	38.717,10	Canal Extremadura TV	8.281,24
Cuatro	77.712,56	Navarra TV	36.788,94	TV de Cataluña (TV3)	7.017,03
MediaMax (FDF, Divinity, Energy y Be Mad)	71.121,72	NewixMedia-FORTA	30.197,24	TVE	0,00

Radio:

Cadena Ser	183.115,35	Cadena 100	52.597,25	Canal Sur Radio	11.698,47
COPE	140.284,98	Cadena Dial	50.792,41	Radio Gallega (RG)	6.598,03
Onda Cero Radio	94.890,02	RAC 1	37.521,50	Radio Euskadi	6.155,03
Cadena 40 Principales	94.087,57	Cadena Rock FM	34.127,81		

Medios gráficos:

Grupo Vocento	72.012,67	Cinco Días	19.561,16	Historia National Geographic	5.425,04
Grupo Prensa Ibérica	58.004,98	ABC	18.976,42	Emprendedores	4.980,36
Expansión	46.623,72	Pronto	16.389,45	Viajes National Geographic	4.456,91
Grupo Alayans	44.617,55	Lecturas	14.686,98	Cambio 16	1.819,36
El País	43.656,80	Hola	13.772,22	Salvaje	762,30
El Mundo	28.388,29	National Geographic	10.629,00	Quercus	667,01
Delivery Media	23.649,72	Diez Minutos	7.216,44	Energías Renovables	317,63
El Economista	22.506,00	Capital	6.606,60	Elle	0,00
La Vanguardia	21.961,50	Saber Vivir	6.276,27		

Digital:					
Youtube	125.506,94	El Periódico De La Energía	22.808,50	expansion.com	6.347,62
Delivery	113.721,85	lavanguardia.com	22.720,14	Eseficiencia	5.808,00
Grupo Vocento	79.363,09	El Confidencial	21.764,88	Energías Renovables	5.747,50
Grupo Prensa Ibérica	74.123,40	El Mundo.es	21.104,23	Ara.cat	5.327,71
RTVE Play	64.777,78	ABC.es	20.857,04	Ehtic	3.751,00
Instagram	42.366,27	20minutos.es	19.363,21	CincoDías.com	2.467,39
Facebook	38.605,95	eldiario.es	16.199,62	Infolibre.es	1.879,73
El Español	26.655,08	ElEconomista.es	15.317,46	Calor Y Frío	1.480,22
El País.com	23.828,32	Publico.es	13.035,62	Quercus	1.331,00
Exterior:					
Global	98.416,47	Exterior Plus	19.870,62	Exterior Plus	2.560,96
Callao City Lights	81.675,00	Gran Pantalla de Publicidad Exterior, S.L.	7.671,92		
Cine:					
014 MEDIA	49.005,00	MOVIEDIS MEDIA CINE	49.005,00	Producción	81,67

MINISTERIO PARA LA TRANSICIÓN ECOLÓGICA Y EL RETO DEMOGRÁFICO



Fundación Ciudad de la Energía - CIUDEN, F.S.P.-

ACTIVIDAD DE CIUDEN

Objetivo y sentido: ACERCAR A LA CIUDADANÍA EL CONOCIMIENTO SOBRE LA ENTIDAD, LA ACTIVIDAD GENERADA EN ARAS DE PROMOVER UNA MAYOR TRANSPARENCIA Y AMPLIANDO LA DIFUSIÓN SOBRE LAS ACCIONES, LAS ÁREAS DE ACTUACIÓN, LAS OPORTUNIDADES Y LAS INICIATIVAS IMPULSADAS DESDE LA ENTIDAD. DIFUNDIR EL II ENCUENTRO NACIONAL DE CENTROS DE INNOVACIÓN TERRITORIAL (RED CIT).

Coste Total: 15.495,87

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

Producción/creatividad: 0

Compra de medios: 15.495,87

Evaluación: 0

Periodo de ejecución: Del 1 al 15 de abril de 2025

Difusión: Provincial

Idioma: Castellano

Población objetivo de la campaña: General

Medidas accesibilidad: Subtitulación

Adjudicatarios:

Compra de Medios: Compra directa: 15.495,87 €

Plan de Medios: Medios convencionales (15.495,87): Televisión: 2.057,00 (13,27%); Radio: 5.916,30 (38,18%); Medios gráficos: 4.821,85 (31,12%); Digital: 2.700,72 (17,43%)

Televisión:

La 8 Bierzo	2.057,00			
-------------	----------	--	--	--

Radio:

Cadena Ser	2.341,35	COPE	1.306,80	EsRadio	302,50
Onda Cero Radio	1.470,15	KISS FM	353,93	FM Bierzo	141,57

Medios gráficos:			
Diario de León	1.694,00	El Mundo	968,00
La Nueva Crónica	1.391,50	ABC	768,35
Digital:			
Infobierzo.com	689,70	ileon.eldiario.es	302,50
		BierzoDiario.es	211,75
El Bierzo Digital	629,20	bierzotv.com	262,57
El Bierzo Noticias	363,00	ponferradahoy.com	242,00

MINISTERIO PARA LA TRANSICIÓN ECOLÓGICA Y EL RETO DEMOGRÁFICO



Confederación Hidrográfica del Cantábrico

ACTUALIDAD DE LA CONFEDERACIÓN HIDROGRÁFICA DEL CANTÁBRICO

Objetivo y sentido: INFORMAR SOBRE LA ACTIVIDAD DE INTERÉS PÚBLICO EN EL MARCO DE LA CUENCA HIDROGRÁFICA DEL CANTÁBRICO

Coste Total: 43.547,33

Inversión presupuestaria: Capítulo 2

Producción/creatividad: 680,07

Compra de medios: 42.867,26

Evaluación: 0

Periodo de ejecución: Del 16 de septiembre al 31 de octubre de 2025

Difusión: Regional

Idioma: Castellano

Población objetivo de la campaña: General

Adjudicatarios:

Producción/creatividad: Eurostar Mediagroup, S.L.: 680,07 €

Compra de Medios: Nova Sapiens, S.L.: 42.867,26 €

Plan de Medios:

Medios convencionales (42.867,26): Radio: 20.467,50 (47,75%); Exterior: 22.399,76 (52,25%)

Radio:

Cadena Ser	12.421,21	Radio Principado de Asturias (RPA)	8.046,29
------------	-----------	------------------------------------	----------

Exterior:

Extería	22.399,76
---------	-----------

MINISTERIO PARA LA TRANSICIÓN ECOLÓGICA Y EL RETO DEMOGRÁFICO



Confederación Hidrográfica del Duero

DÍA MUNDIAL DEL MEDIO AMBIENTE

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

Coste Total: 11.578,49

Inversión presupuestaria: Capítulo 2

Producción/creatividad: 0

Compra de medios: 11.578,49

Evaluación: 0

Periodo de ejecución: Del 23 de mayo al 16 de junio de 2025

Difusión: Regional

Idioma: Castellano

Población objetivo de la campaña: General

Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

Adjudicatarios: **Compra de Medios:** Compra directa: 11.578,49 €

Plan de Medios:

Medios convencionales (11.578,49): Medios gráficos: 10.349,13 (89,38%); Digital: 1.229,36 (10,62%)

Medios gráficos:

Grupo Promecal	1.815,00	El Norte de Castilla	1.197,90	Diario de León	847,00
Más Tribuna	1.815,00	La Nueva Crónica	1.089,00	Castilla y León Económica	699,38
El Mundo	1.573,00	ABC	889,35	El Adelantado de Segovia	423,50

Digital:

Noticias Cyl	987,36	ABC.es	242,00		
--------------	--------	--------	--------	--	--

ACTUALIDAD DE LA CONFEDERACIÓN HIDROGRÁFICA DEL DUERO

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

Coste Total: 8.540,45

Inversión presupuestaria: Capítulo 2

Producción/creatividad: 0

Compra de medios: 8.540,45

Evaluación: 0

Periodo de ejecución: Del 15 de enero al 31 de diciembre de 2025

Difusión: Regional

Idioma: Castellano

Población objetivo de la campaña: General

Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

Adjudicatarios: **Compra de Medios:** Compra directa: 8.540,45 €

Plan de Medios:

Medios convencionales (8.540,45): Radio: 8.540,45 (100,00%)

Radio:

Cadena Ser	3.660,85	EsRadio	1.815,00		
Onda Cero Radio	1.964,00	COPE	1.100,60		

MINISTERIO PARA LA TRANSICIÓN ECOLÓGICA Y EL RETO DEMOGRÁFICO



Confederación Hidrográfica del Duero

DÍA MUNDIAL DEL AGUA

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

Coste Total: 12.021,35

Inversión presupuestaria: Capítulo 2

Producción/creatividad: 0

Compra de medios: 12.021,35

Evaluación: 0

Periodo de ejecución: Del 1 al 21 de marzo de 2025

Difusión: Regional

Idioma: Castellano

Población objetivo de la campaña: General

Adjudicatarios:

Compra de Medios: Compra directa: 12.021,35 €

Plan de Medios:

Medios convencionales (12.021,35): Medios gráficos: 10.932,35 (90,94%); Digital: 1.089,00 (9,06%)

Medios gráficos:

Grupo Promecal	4.392,30	El Norte de Castilla	1.119,25	El Adelantado de Segovia	423,50
El Mundo	1.573,00	La Nueva Crónica	1.089,00		
La Gaceta Regional de Salamanca	1.445,95	ABC	889,35		
Digital:					
valladolidplural.com	665,50	valladolidplural.com	665,50		

MINISTERIO PARA LA TRANSICIÓN ECOLÓGICA Y EL RETO DEMOGRÁFICO

chq

Confederación Hidrográfica del Guadalquivir

ACTUALIDAD E INFORMACIÓN DE INTERÉS PÚBLICO Y GENERAL

Objetivo y sentido: INFORMAR A LA CIUDADANÍA EN GENERAL DE NOTICIAS, PROGRAMAS Y ACCIONES DE LA CONFEDERACIÓN HIDROGRÁFICA DEL GUADALQUIVIR QUE SEAN DE INTERÉS PÚBLICO.

Coste Total: 54.232,2

Inversión presupuestaria: Capítulo 2

Producción/creatividad: 36.179,00

Compra de medios: 18.053,20

Evaluación: 0

Periodo de ejecución: Del 1 de abril al 31 de diciembre de 2025

Difusión: Regional

Idioma: Castellano

Población objetivo de la campaña: General

Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

Adjudicatarios:

Producción/creatividad: Publicaciones del Sur, S.A.: 18.089,50 €; Boom Social Media, S.L.: 18.089,50 €

Compra de Medios: Compra directa: 18.053,2

Plan de Medios:

Medios convencionales (18.053,20): Televisión: 9.341,20 (51,74%); Digital: 8.712,00 (48,26%)

Televisión:

7TV Andalucía	9.341,20		
---------------	----------	--	--

Digital:

Viva	8.712,00		
------	----------	--	--

INFORMACIÓN DE INTERÉS PARA EL SECTOR DE LA AGRICULTURA EN LA CUENCA

Objetivo y sentido: INFORMAR A AGRICULTORES/AS Y REGANTES DE ACTUACIONES, PROGRAMAS Y DECISIONES ADOPTADAS POR LA CONFEDERACIÓN HIDROGRÁFICA DEL GUADALQUIVIR QUE SEAN DE INTERÉS Y AFECTEN AL SECTOR.

Coste Total: 18.141,94

Inversión presupuestaria: Capítulo 2

Producción/creatividad: 0

Compra de medios: 18.141,94

Evaluación: 0

Periodo de ejecución: Del 1 de julio al 31 de diciembre de 2025

Difusión: Regional

Idioma: Castellano

Población objetivo de la campaña: General

Adjudicatarios:

Compra de Medios: Compra directa: 18.141,94 €

Plan de Medios:

Medios convencionales (18.141,94): Radio: 18.141,94 (100,00%)

Radio:

Cadena Ser	18.141,94		
------------	-----------	--	--

MINISTERIO PARA LA TRANSICIÓN ECOLÓGICA Y EL RETO DEMOGRÁFICO

chg

Confederación Hidrográfica del Guadalquivir

MEDIDAS DE EFICIENCIA ADOPTADAS ANTE SITUACIÓN DE SEQUÍA Y/O INUNDACIONES

Objetivo y sentido: DIVULGAR LAS MEDIDAS DE EFICIENCIA QUE SE PLANIFICAN Y EJECUTAN POR LA CONFEDERACIÓN HIDROGRÁFICA DEL GUADALQUIVIR ANTE SITUACIONES DE SEQUÍA E INUNDACIONES.

Coste Total: 15.709,20

Inversión presupuestaria: Capítulo 2

Producción/creatividad: 15.709,20

Compra de medios: 0

Evaluación: 0

Periodo de ejecución: Del 15 de enero al 15 de julio de 2025

Difusión: Regional

Idioma: Castellano

Población objetivo de la campaña: General

Adjudicatarios:

Producción/creatividad: Ana Pérez Luna: 15.709,20 €

Plan de Medios:

Medios no convencionales (0): portal y redes sociales propias

DÍA MUNDIAL DEL AGUA

Objetivo y sentido: FOMENTAR LA CORRECTA GESTIÓN DEL AGUA Y PROTECCIÓN DE LOS RECURSOS.

Coste Total: 14.902,33

Inversión presupuestaria: Capítulo 2

Producción/creatividad: 0

Compra de medios: 14.902,33

Evaluación: 0

Periodo de ejecución: El 22 de marzo de 2025

Difusión: Regional

Idioma: Castellano

Población objetivo de la campaña: General

Adjudicatarios:

Compra de Medios: Compra directa: 14.902,33 €

Plan de Medios:

Medios convencionales (14.902,33): Medios gráficos: 14.902,33 (100,00%)

Medios gráficos:

Comercializadora de Medios de Andalucía, S.L.	4.072,86	El Pueblo de Ceuta	2.562,75	La Tribuna de Ciudad Real	1.631,08
Grupo Joly	3.630,00	Diario de Córdoba	2.057,00	Hoy - Diario de Extremadura	948,64

MINISTERIO PARA LA TRANSICIÓN ECOLÓGICA Y EL RETO DEMOGRÁFICO



Confederación Hidrográfica del Guadiana

TEMAS DE ACTUALIDAD EN LA CONFEDERACIÓN HIDROGRÁFICA DEL GUADIANA

Objetivo y sentido: DAR A CONOCER TEMAS DE ACTUALIDAD EN LA DEMARCACIÓN HIDROGRÁFICA DEL GUADIANA PARTE ESPAÑOLA.

Coste Total: 60.391,71

Inversión presupuestaria: Capítulo 2

Producción/creatividad: 6.612,65

Compra de medios: 53.779,06

Evaluación: 0

Periodo de ejecución: Del 4 de agosto al 30 de septiembre de 2025

Difusión: Regional

Idioma: Castellano

Población objetivo de la campaña: General

Adjudicatarios:

Producción/creatividad: Ranna Consultoría, S.L.U.: 6.612,65 €

Compra de Medios: Rebold Marketing, S.L.: 53.779,06 €

Plan de Medios:

Medios convencionales (53.779,06): Radio: 16.152,22 (30,03%); Medios gráficos: 16.011,40 (29,77%); Exterior: 21.615,44 (40,19%)

Radio:

Onda Cero Radio	6.779,47	Radio Castilla-La Mancha	3.172,21	
COPE	4.487,05	Cadena Ser	1.713,49	

Medios gráficos:

Grupo Promecal	10.571,20	Grupo Vocento	4.809,02	Grupo Prensa Ibérica	631,18
----------------	-----------	---------------	----------	----------------------	--------

Exterior:

Exteria	21.615,44		
---------	-----------	--	--

MINISTERIO PARA LA TRANSICIÓN ECOLÓGICA Y EL RETO DEMOGRÁFICO



Confederación Hidrográfica del Guadiana

DIA MUNDIAL DEL AGUA

Objetivo y sentido: CONCIENCIAR Y SENSIBILIZAR A LA CIUDADANIA DE LA IMPORTANCIA DEL AGUA COMO RECURSO VITAL Y BIEN ESCASO

Coste Total: 5.342,15

Inversión presupuestaria: Capítulo 2

Producción/creatividad: 0

Compra de medios: 5.342,15

Evaluación: 0

Periodo de ejecución: Del 21 al 23 de marzo de 2025

Difusión: Regional

Idioma: Castellano

Población objetivo de la campaña: General

Adjudicatarios:

Compra de Medios: Euromedia Comunicación, S.L.: 5.342,15 €

Plan de Medios:

Medios convencionales (5.342,15): Radio: 937,75 (17,55%); Medios gráficos: 2.238,50 (41,90%); Digital: 2.165,90 (40,54%)

Radio:

Cadena Ser	556,60	Onda Cero Radio	127,05
Radio Castilla-La Mancha	181,50	COPE	72,60

Medios gráficos:

La Tribuna de Ciudad Real	1.633,50	Lanza	605,00
---------------------------	----------	-------	--------

Digital:

Grupo Vocento	871,20	El Periódico Extremadura	653,40	Grupo Prensa Ibérica	641,30
---------------	--------	--------------------------	--------	----------------------	--------

MINISTERIO PARA LA TRANSICIÓN ECOLÓGICA Y EL RETO DEMOGRÁFICO**CHMS**

CONFEDERACIÓN HIDROGRÁFICA DEL MIÑO-SIL

Confederación Hidrográfica del Miño-Sil**LA ACTIVIDAD DE LA CHMS**

Objetivo y sentido: TRASLADAR MENSAJES ACERCA DEL AMBITO COMPETENCIAL DE LOS ORGANISMOS DE CUENCA, LA ACTIVIDAD DIARIA Y EL SERVICIO A LA CIUDADANÍA. VISIBILIZAR Y DAR A CONOCER EL TRABAJO DE LA CHMS A TRAVÉS DE ACTUACIONES EMBLEMÁTICAS Y MUY DEMANDADAS, TANTO POR EL ENTORNO EN EL QUE SE DESARROLLAN, COMO POR EL FIN DE LAS MISMAS, EN ALGÚN CASO LÚDICO Y EN OTROS DE CONOCIMIENTO SOBRE LA IMPORTANCIA DE LOS RÍOS Y EL SU ENTORNO.

Coste Total: 16.335,00**Inversión presupuestaria:** Capítulo 2**Producción/creatividad:** 0**Compra de medios:** 16.335,00**Evaluación:** 0**Periodo de ejecución:** Del 5 al 26 de septiembre de 2025**Difusión:** Regional**Idioma:** Castellano**Población objetivo de la campaña:** General**Adjudicatarios:****Compra de Medios:** Compra directa: 16.335,00 €**Plan de Medios:**

Medios convencionales (16.335,00): Medios gráficos: 16.335,00 (100,00%)

Medios gráficos:

El Progreso de Lugo

16.335,00

RIQUEZA NATURAL Y PATRIMONIO FLUVIAL EN LA DEMARCACIÓN DEL MIÑO-SIL

Objetivo y sentido: CONOCIMIENTO DE LA CUENCA Y SU VALOR NATURAL Y PATRIMONIAL A TRAVÉS DE ACCIONES QUE REFUERZAN Y PRESERVAN ESTAS CARACTERÍSTICAS.

Coste Total: 18.033,09**Inversión presupuestaria:** Capítulo 2**Producción/creatividad:** 0**Compra de medios:** 18.033,09**Evaluación:** 0**Periodo de ejecución:** Del 18 de junio al 31 de julio de 2025**Difusión:** Regional**Idioma:** Castellano y gallego**Población objetivo de la campaña:** General**Adjudicatarios:****Compra de Medios:** Arraianos Productions, S.L.: 18.033,09 €**Plan de Medios:**

Medios no convencionales (18.033,09): vídeo y podcast: 18.033,09 (100,00%)

Observaciones: El spot. fue nominado a los "PREMIOS MESTRE MATEO 2025".



MINISTERIO PARA LA TRANSICIÓN ECOLÓGICA Y EL RETO DEMOGRÁFICO

CHMS

CONFEDERACIÓN
HIDROGRÁFICA
DEL MIÑO-SIL

Confederación Hidrográfica del Miño-Sil

USO SOSTENIBLE DEL AGUA

Objetivo y sentido: LA IMPORTANCIA DEL AGUA COMO RECURSO NECESARIO, LIMITADO Y DEPENDIENTE DE LAS CONDICIONES CLIMÁTICAS Y LA NECESIDAD DE FOMENTAR EL RESPETO Y CUIDADO DE NUESTROS RÍOS Y SU ENTORNO.

Coste Total: 17.241,91

Inversión presupuestaria: Capítulo 2

Producción/creatividad: 0

Compra de medios: 17.241,91

Evaluación: 0

Periodo de ejecución: Del 13 al 15 de julio de 2025

Difusión: Regional

Idioma: Castellano y gallego

Población objetivo de la campaña: General

Medidas accesibilidad:

Adjudicatarios:

Compra de Medios: Compra directa: 17.241,91 €

Plan de Medios:

Medios convencionales (17.241,91): Medios gráficos: 11.695,86 (67,83%); Digital: 5.546,05 (32,17%)

Medios gráficos:

Faro de Vigo	3.963,96	El Progreso de Lugo	1.452,00	Barrios Ourense	399,30
La Voz de Galicia	2.178,00	La Nueva Crónica	1.052,70		
La Región	1.863,40	Diario de León	786,50		

Digital:

Infobierzo.com	1.936,00	Cronicasdacomarca.com	700,00	Valdeorrasdecerca	363,00
OSil.info	871,20	El Bierzo Noticias	453,75		
El Bierzo Digital	786,50	Somoscomarca.es	435,60		

MINISTERIO PARA LA TRANSICIÓN ECOLÓGICA Y EL RETO DEMOGRÁFICO

CHMS

CONFEDERACIÓN HIDROGRÁFICA DEL MIÑO-SIL

Confederación Hidrográfica del Miño-Sil**FONDOS EUROPEOS**

Objetivo y sentido: DIVULGAR LAS ACTUACIONES COFINANCIADAS CON FONDOS EUROPEOS COMO PARTE DEL PROCEDIMIENTO DE GESTIÓN DE LOS MISMOS.

Coste Total: 14.692,43

Inversión presupuestaria: Capítulo 2

Producción/creatividad: 0

Compra de medios: 14.692,43

Evaluación: 0

Periodo de ejecución: El 11 de octubre de 2025

Difusión: Regional

Idioma: Castellano

Población objetivo de la campaña: General

Adjudicatarios: Compra de Medios: Compra directa: 14.692,43 €

Plan de Medios:

Medios convencionales (14.692,43): Medios gráficos: 14.692,43 (100,00%)

Medios gráficos:

La Región	4.002,08	Faro de Vigo	3.793,35
La Voz de Galicia	3.993,00	El Progreso de Lugo	2.904,00

Observaciones: Campaña cofinanciada con fondos europeos (FEDER)

EL CUIDADO DEL MEDIO AMBIENTE, RESPONSABILIDAD COMPARTIDA

Objetivo y sentido: CONMEMORAMOS EL 5 DE JUNIO CON ACTIVIDADES QUE FOMENTAN EL RESPETO Y CUIDADO POR EL MEDIO AMBIENTE Y EL DESARROLLO SOSTENIBLE

Coste Total: 14.028,15

Inversión presupuestaria: Capítulo 2

Producción/creatividad: 0

Compra de medios: 14.028,15

Evaluación: 0

Periodo de ejecución: Del 5 al 19 de junio de 2025

Difusión: Regional

Idioma: Castellano y gallego

Población objetivo de la campaña: General

Adjudicatarios: Compra de Medios: Compra directa: 14.028,15 €

Plan de Medios:

Medios convencionales (14.028,15): Medios gráficos: 10.622,00 (75,72%); Digital: 3.406,15 (24,28%)

Medios gráficos:

Faro de Vigo	2.299,00	El Progreso de Lugo	1.452,00	Crónicas da Comarca	700,00
La Voz de Galicia	2.178,00	La Nueva Crónica	1.052,70	Barrios Ourense	399,30
La Región	1.694,00	Diario de León	847,00		

Digital:

OSil.info	871,20	El Bierzo Digital	484,00	Somoscomarca.es	435,60
Infobierzo.com	798,60	El Bierzo Noticias	453,75	Valdeorrasdecerca	363,00



MINISTERIO PARA LA TRANSICIÓN ECOLÓGICA Y EL RETO DEMOGRÁFICO

CHMS

CONFEDERACIÓN
HIDROGRÁFICA
DEL MIÑO-SIL

Confederación Hidrográfica del Miño-Sil

DÍA MUNDIAL DEL AGUA

Objetivo y sentido: CELEBRACION DEL 22 DE MARZO CON ACCIONES QUE FOMENTAN EL BUEN USO DEL AGUA Y EL CUIDADO DE NUESTROS CAUCES FLUVIALES Y SU ENTORNO

Coste Total: 13.852,70

Inversión presupuestaria: Capítulo 2

Producción/creatividad: 0

Compra de medios: 13.852,70

Evaluación: 0

Periodo de ejecución: Del 21 de marzo al 5 de abril de 2025

Difusión: Regional

Idioma: Castellano y gallego

Población objetivo de la campaña: General

Adjudicatarios:

Compra de Medios: Compra directa: 13.852,70 €

Plan de Medios:

Medios convencionales (13.852,70): Medios gráficos: 9.740,50 (70,31%); Digital: 4.112,20 (29,69%)

Medios gráficos:

Faro de Vigo	2.178,00	El Progreso de Lugo	1.452,00	Barrios Ourense	399,30
La Voz de Galicia	2.178,00	La Nueva Crónica	1.052,70		
La Región	1.694,00	Diario de León	786,50		

Digital:

OSil.info	871,20	El Bierzo Digital	484,00	Valdeorrasdecerca	363,00
Infobierzo.com	786,50	El Bierzo Noticias	471,90		
Cronicasdacomarca.com	700,00	Somoscomarca.es	435,60		

MINISTERIO PARA LA TRANSICIÓN ECOLÓGICA Y EL RETO DEMOGRÁFICO



Confederación Hidrográfica del Segura

DIA MUNDIAL DEL AGUA

Objetivo y sentido: CONCIENCIAR A LA POBLACIÓN RESIDENTE EN ESTE TERRITORIO DE LA NECESIDAD DE UTILIZAR ADECUADAMENTE ESTE RECURSO TAN ESCASO Y NECESARIO COMO ES EL AGUA.

Coste Total: 8.865,60

Inversión presupuestaria: Capítulo 2

Producción/creatividad: 0

Compra de medios: 8.865,60

Evaluación: 0

Periodo de ejecución: Del 10 de marzo al 6 de junio de 2025

Difusión: Regional

Idioma: Castellano

Población objetivo de la campaña: General

Adjudicatarios:

Compra de Medios: Compra directa: 8.865,60 €

Plan de Medios:

Medios convencionales (8.865,60): Radio: 8.865,60 (100,00%)

Radio:

Cadena Ser	4.800,00	COPE	3.775,20	Radio Azul FM	290,40
------------	----------	------	----------	---------------	--------

CAMPAÑA DE SENSIBILIZACIÓN

Objetivo y sentido: CONCIENCIACIÓN CIUDADANA AL OBJETO DE QUE SE CUIDEN LOS ESPACIOS NATURALES PERTENECIENTES AL DOMINIO PÚBLICO HIDRÁULICO, MUY ESPECIALMENTE LOS CAUCES SECOS, ES DECIR LAS RAMBLAS, YA QUE SI SE OBSTRUYEN, PODRÍA SUPONER UNA DISMINUCIÓN DE LA CAPACIDAD DE DESAGÜE DEL CAUCE, QUE AGRAVARÍA LOS DAÑOS EN CASO DE FUERTES PRECIPITACIONES, POR ELLO ES FUNDAMENTAL REALIZAR LABORES DE TRANSPARENCIA INFORMATIVA QUE AYUDEN A CREAR CONCIENCIA CIUDADANA EN ESTA MATERIA.

Coste Total: 4.500,00

Inversión presupuestaria: Capítulo 2

Producción/creatividad: 0

Compra de medios: 4.500,00

Evaluación: 0

Periodo de ejecución: Del 1 de febrero al 31 de marzo de 2025

Difusión: Regional

Idioma: Castellano

Población objetivo de la campaña: General

Adjudicatarios:

Compra de Medios: Compra directa: 4.500,00 €

Plan de Medios:

Medios convencionales (4.500,00): Radio: 4.500,00 (100,00%)

Radio:

Cadena Ser	4.500,00				
------------	----------	--	--	--	--

MINISTERIO PARA LA TRANSICIÓN ECOLÓGICA Y EL RETO DEMOGRÁFICO



Confederación Hidrográfica del Segura

CONGRESO DE ESPECIES EXÓTICAS INVASORAS

Objetivo y sentido: INFORMAR Y CONCIENCIAR SOBRE LAS NECESIDADES DE CUIDAR EL MEDIO NATURAL, PRESERVAR LOS ESPACIOS NATURALES, MANTENER LAS ESPECIES ANIMALES Y VEGETALES EXISTENTES, EVITANDO SU EXTINCIÓN, ASÍ COMO EL CONOCIMIENTO DE ESPECIES EXÓTICAS INVASORAS.

Coste Total: 4.450,17

Inversión presupuestaria: Capítulo 2

Producción/creatividad: 0

Compra de medios: 4.450,17

Evaluación: 0

Periodo de ejecución: Del 20 al 30 de mayo de 2025

Difusión: Regional

Idioma: Castellano

Población objetivo de la campaña: General

Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

Adjudicatarios: **Compra de Medios:** Compra directa: 4.450,17 €

Plan de Medios:

Medios convencionales (4.450,17): Radio: 2.420,00 (54,38%); Digital: 2.030,17 (45,62%)

Radio:

Cadena Ser	2.420,00		
------------	----------	--	--

Digital:

Cadena Ser	2.030,17		
------------	----------	--	--

VERTIDOS / PLÁSTICOS DEL SEGURA

Objetivo y sentido: EVITAR VERTIDOS AL DOMINIO PÚBLICO HIDRÁULICO COMO LAS BASURAS, LOS PLÁSTICOS Y LOS ENSERES DOMÉSTICOS, CONCIENCIANDO A LA CIUDADANÍA DE QUE NUESTROS ACTOS PUEDEN PERJUDICAR MUY SERIAMENTE EL MEDIO NATURAL.

Coste Total: 4.222,90

Inversión presupuestaria: Capítulo 2

Producción/creatividad: 0

Compra de medios: 4.222,90

Evaluación: 0

Periodo de ejecución: Del 1 de febrero al 30 de abril de 2025

Difusión: Regional

Idioma: Castellano

Población objetivo de la campaña: General

Compra de Medios: Compra directa: 4.222,90 €

Plan de Medios:

Medios convencionales (4.222,90): Radio: 2.710,40 (64,18%); Digital: 1.512,50 (35,82%)

Radio:

Radio Orihuela	2.710,40		
----------------	----------	--	--

Digital:

Vegabadjigital	1.512,50		
----------------	----------	--	--

MINISTERIO PARA LA TRANSICIÓN ECOLÓGICA Y EL RETO DEMOGRÁFICO**Confederación Hidrográfica del Segura****DIA MUNDIAL DEL MEDIO AMBIENTE**

Objetivo y sentido: TRANSMITIR A LA SOCIEDAD LA IMPORTANCIA DE GARANTIZAR UNA PROTECCIÓN DURADERA DEL PLANETA Y SUS RECURSOS NATURALES.

Coste Total: 2.609,49

Inversión presupuestaria: Capítulo 2

Producción/creatividad: 0

Compra de medios: 2609,49

Evaluación: 0

Periodo de ejecución: Del 4 al 5 de junio de 2025

Difusión: Regional

Idioma: Castellano

Población objetivo de la campaña: General

Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

Adjudicatarios:

Compra de Medios: Compra directa: 2.609,49 €

Plan de Medios:

Medios convencionales (2.609,49); Radio: 2.609,49 (100,00%)

Radio:

Cadena Ser	2.246,49	Cadena Azul	363,00
------------	----------	-------------	--------

INFORME DEL AGUA

Objetivo y sentido: CONCIENCIAR E INFORMAR A LA CIUDADANÍA ACERCA DE LAS MATERIAS QUE SON RESPONSABILIDAD DE LA CHS, YA SEA TANTO DESDE EL PUNTO DE VISTA DEL AHORRO, COMO DEL CONTROL Y CUIDADO DEL DOMINIO PÚBLICO HIDRÁULICO.

Coste Total: 1.802,90

Inversión presupuestaria: Capítulo 2

Producción/creatividad: 0

Compra de medios: 1.802,90

Evaluación: 0

Periodo de ejecución: El 30 de octubre de 2025

Difusión: Regional

Idioma: Castellano

Población objetivo de la campaña: General

Adjudicatarios:

Compra de Medios: Compra directa: 1.802,90 €

Plan de Medios:

Medios convencionales (1.802,90); Medios gráficos: 1.802,90 (100,00%)

Medios gráficos:

La Opinión de Murcia	1.802,90
----------------------	----------

MINISTERIO PARA LA TRANSICIÓN ECOLÓGICA Y EL RETO DEMOGRÁFICO



Mancomunidad de los Canales del Taibilla (MCT)

FOMENTO DEL AHORRO DEL AGUA Y EL USO RESPONSABLE DE ESTE RECURSO

Objetivo y sentido: CONCIENCIAR SOBRE LA NECESIDAD DE HACER UN USO RESPONSABLE Y SOSTENIBLE DEL AGUA COMO RECURSO FUNDAMENTAL PARA EL MEDIOAMBIENTE.

Coste Total: 65.158,68

Inversión presupuestaria: Capítulo 2

Producción/creatividad: 3.811,50

Compra de medios: 61.347,18

Evaluación: 0

Periodo de ejecución: Del 25 al 30 de septiembre de 2025

Difusión: Regional

Idioma: Castellano

Población objetivo de la campaña: General

Medidas accesibilidad: Subtitulación y lengua de signos

Adjudicatarios:

Producción/creatividad: Murpro, S.L.: 3.811,50 €

Compra de Medios: Zosmamedia, S.L.: 61.347,18 €

Plan de Medios:

Medios convencionales (61.347,18): Televisión: 13.386,54 (21,82%); Radio: 17.716,82 (28,88%); Medios gráficos: 10.790,72 (17,59%); Digital: 6.345,82 (10,34%); Exterior: 13.107,28 (21,37%)

Televisión:

A Punt TV	7.656,58	TV Autonómica de Murcia	5.729,96	
-----------	----------	-------------------------	----------	--

Radio:

COPE	12.432,75	Cadena Ser	5.284,07	
------	-----------	------------	----------	--

Medios gráficos:

La Verdad de Murcia	4.896,64	Información	4.319,92	La Opinión de Murcia	1.574,16
---------------------	----------	-------------	----------	----------------------	----------

Digital:

informacion.es	2.237,14	laopiniondemurcia.es	2.187,22	laverdad.es	1.921,46
----------------	----------	----------------------	----------	-------------	----------

Exterior:

Clear Channel España, S.L.U.	13.107,28			
------------------------------	-----------	--	--	--

MINISTERIO PARA LA TRANSICIÓN ECOLÓGICA Y EL RETO DEMOGRÁFICO



Mancomunidad de los Canales del Taibilla (MCT)

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

Objetivo y sentido: DAR A CONOCER A LA POBLACIÓN LA LABOR QUE REALIZA EL ORGANISMO PARA GARANTIZAR EL ABASTECIMIENTO DE AGUA POTABLE EN SU ÁMBITO GEOGRÁFICO DE ACTUACIÓN.

Coste Total: 15.541,91

Inversión presupuestaria: Capítulo 2

Producción/creatividad: 145,20

Compra de medios: 15.396,71

Evaluación: 0

Periodo de ejecución: Del 1 de marzo al 15 de diciembre de 2025

Difusión: Regional

Idioma: Castellano

Población objetivo de la campaña: General

Medidas accesibilidad: Subtitulación y lengua de signos

Adjudicatarios:

Producción/creatividad: Neón Accesibilidad (Laura San Leandro Pardo): 145,20 €

Compra de Medios: Compra directa: 15.396,71 €

Plan de Medios:

Medios convencionales (12.565,85): Televisión: 2.988,70 (23,78%); Medios gráficos: 6.582,40 (52,38%); Digital: 2.994,75 (23,83%)

Medios no convencionales (2.830,86) : otros medios: 2.830,86 (100,00%) -cartelería (1.015,86) y evento en la exposición Artifex en Cartagena (1.815,00)-

Televisión:

La 8 Mediterráneo	2.420,00	Tele Elx	423,50	La 8 Mediterráneo	145,20
-------------------	----------	----------	--------	-------------------	--------

Medios gráficos:

La Opinión de Murcia	3.630,00	La Verdad	2.952,40
----------------------	----------	-----------	----------

Digital:

laopiniondemurcia.es	2.571,25	elnoroestedigital.com	423,50
----------------------	----------	-----------------------	--------

MINISTERIO PARA LA TRANSICIÓN ECOLÓGICA Y EL RETO DEMOGRÁFICO



Mancomunidad de los Canales del Taibilla (MCT)

DÍA MUNDIAL DEL MEDIOAMBIENTE

Objetivo y sentido: CONCIENCIAR SOBRE EL USO EFICIENTE Y ADECUADO DE LOS RECURSOS HÍDRICOS POR EL CUIDADO DEL MEDIOAMBIENTE.

Coste Total: 7.068,33

Inversión presupuestaria: Capítulo 2

Producción/creatividad: 0

Compra de medios: 7.068,33

Evaluación: 0

Periodo de ejecución: El 5 de junio de 2025

Difusión: Regional

Idioma: Castellano

Población objetivo de la campaña: General

Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

Adjudicatarios:

Compra de Medios: Compra directa: 7.068,33 €

Plan de Medios:

Medios convencionales (7.068,33): Radio: 2.869,63 (40,60%); Medios gráficos: 3.254,90 (46,05%); Digital: 943,80 (13,35%)

Radio:

Cadena Ser	1.671,73	Onda Cero Radio	834,90	Cadena Azul	363,00
------------	----------	-----------------	--------	-------------	--------

Medios gráficos:

La Verdad de Murcia	1318,90	La Opinión de Murcia	968,00	Información	968,00
---------------------	---------	----------------------	--------	-------------	--------

Digital:

Murciaplaza.com	471,90	Alicante Plaza	471,90
-----------------	--------	----------------	--------

MINISTERIO PARA LA TRANSICIÓN ECOLÓGICA Y EL RETO DEMOGRÁFICO



Mancomunidad de los Canales del Taibilla (MCT)

DÍA MUNDIAL DEL AGUA

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

Coste Total: 8.373,66

Inversión presupuestaria: Capítulo 2

Producción/creatividad: 0

Compra de medios: 8.373,66

Evaluación: 0

Periodo de ejecución: Del 17 al 22 de marzo de 2025

Difusión: Regional

Idioma: Castellano

Población objetivo de la campaña: General

Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

Adjudicatarios:

Compra de Medios: Compra directa: 8.373,66 €

Plan de Medios:

Medios convencionales (8.373,66): Radio: 3.423,67 (40,89%); Medios gráficos: 3.605,80 (43,06%); Digital: 1.344,19 (16,05%)

Radio:

Onda Cero Radio	987,36	Cadena Ser	899,61	
Onda Regional de Murcia	907,50	Cadena Azul	629,20	

Medios gráficos:

Información	1.210,00	La Verdad	1.197,90	La Opinión de Murcia	1.197,90
-------------	----------	-----------	----------	----------------------	----------

Digital:

Murciaplaza.com	471,90	Alicante Plaza	471,90	Cadena Ser	400,39
-----------------	--------	----------------	--------	------------	--------

MINISTERIO PARA LA TRANSICIÓN ECOLÓGICA Y EL RETO DEMOGRÁFICO



Sociedad Estatal Aguas de las Cuencas de España
(Grupo Patrimonio)

DÍA MUNDIAL DEL AGUA

Objetivo y sentido: CONMEMORACIÓN DEL DÍA MUNDIAL DEL AGUA MEDIANTE LA PUBLICACIÓN DE ANUNCIOS EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE LAS PROVINCIAS O CIUDADES DONDE ESTAMOS DESARROLLANDO ACTUACIONES.

Coste Total: 9.903,65

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

Producción/creatividad: 0

Compra de medios: 9.903,65

Evaluación: 0

Periodo de ejecución: Del 17 al 26 de marzo de 2025

Difusión: Regional

Idioma: Castellano

Población objetivo de la campaña: General

Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

Adjudicatarios:

Compra de Medios: Compra directa: 9.903,65 €

Plan de Medios:

Medios convencionales (9.903,65): Medios gráficos: 9.903,65 (100,00%)

Medios gráficos:

El Diario Vasco	2.532,55	El Día de Soria	914,76	Granada Hoy	290,64
Última Hora	1.694,00	Canarias7	802,50		
ABC	1.216,05	Diario de Cádiz	726,00		
El Correo Gallego	1.046,65	Málaga Hoy	380,18		

Observaciones: Campaña financiada con fondos FEDER y Next Generation

MINISTERIO PARA LA TRANSICIÓN ECOLÓGICA Y EL RETO DEMOGRÁFICO



Sociedad Estatal Aguas de las Cuencas de España (Grupo Patrimonio)-

DIA DE EUROPA

Objetivo y sentido: PONER EN VALOR LA APORTACIÓN DE LOS FONDOS EUROPEOS (FEDER Y NEXT GENERATION) AL DESARROLLO DE LAS INFRAESTRUCTURAS HIDRÁULICAS Y DAR A CONOCER A LA CIUDADANÍA DICHA APORTACIÓN.

Coste Total: 8.863,25

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

Producción/creatividad: 0

Compra de medios: 8.863,25

Evaluación: 0

Periodo de ejecución: Del 5 al 12 de mayo de 2025

Difusión: Regional

Idioma: Castellano

Población objetivo de la campaña: General

Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

Adjudicatarios:

Compra de Medios: Compra directa: 8.863,25 €

Plan de Medios:

Medios convencionales (8.863,25): Digital: 8.863,25 (100,00%)

Digital:

El Español	2.117,50	El Mundo.es	1.966,25	ABC.es	907,50
El País.com	2.117,50	huffingtonpost.es	1.754,50		

Observaciones: Campaña financiada con fondos FEDER y Next Generation

MINISTERIO PARA LA TRANSICIÓN ECOLÓGICA Y EL RETO DEMOGRÁFICO



Sociedad Estatal Aguas de las Cuencas de España (Grupo Patrimonio)

ACUAES MEJORA EL SANEAMIENTO Y DEPURACIÓN DE LA ISLA DE TENERIFE

Objetivo y sentido: DAR A CONOCER A LA CIUDADANÍA LAS DISTINTAS ACTUACIONES QUE ACUAES, EN COLABORACIÓN CON EL CABILDO DE TENERIFE, HA DESARROLLADO EN LA ISLA PARA MEJORAR LOS SISTEMAS DE SANEAMIENTO Y DEPURACIÓN DE LAS AGUAS RESIDUALES.

Coste Total: 8.509,07

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

Producción/creatividad: 0

Compra de medios: 8.509,07

Evaluación: 0

Periodo de ejecución: Del 1 de julio al 30 de septiembre de 2025

Difusión: Provincial

Idioma: Castellano

Población objetivo de la campaña: General

Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

Adjudicatarios:

Compra de Medios: JFT Comunicación: 8.509,07 €

Plan de Medios:

Medios convencionales (8.509,07): Radio: 1.091,83 (12,83%); Medios gráficos: 3.929,04 (46,17%); Digital: 3.488,20 (40,99%)

Medios no convencionales (0): relaciones públicas

Radio:

Cadena Ser	406,06	Onda Cero Radio	233,69
COPE	345,08	Atlántico Radio	107,00

Medios gráficos:

El Día de Tenerife	2.110,04	Diario de Avisos	1.819,00
--------------------	----------	------------------	----------

Digital:

El Día.es	749,00	soldelsurtenerife.com	535,00	La Voz de Tenerife Norte	160,50
diariodeavisos.com	749,00	eldiadigital.es	374,50		
Atlántico Diario	749,00	Tenerife Ahora	171,20		

Observaciones: Campaña financiada con fondos FEDER

MINISTERIO PARA LA TRANSICIÓN ECOLÓGICA Y EL RETO DEMOGRÁFICO



Sociedad Estatal Aguas de las Cuencas de España (Grupo Patrimonio)

ACUAES MEJORA EL SANEAMIENTO Y DEPURACIÓN DE LOS MUNICIPIOS DE LA CUENCA ALTA DEL RÍO GUADIARO (MÁLAGA)

Objetivo y sentido: DAR A CONOCER A LA CIUDADANÍA LAS ACTUACIONES DE SANEAMIENTO Y DEPURACIÓN QUE SE HAN LLEVADO A CABO EN LA CUENCA ALTA DEL RÍO GUADIARO.

Coste Total: 4.069,24

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

Producción/creatividad: 0

Compra de medios: 4.069,24

Evaluación: 0

Periodo de ejecución: Del 1 de julio al 30 de septiembre de 2025

Difusión: Provincial

Idioma: Castellano

Población objetivo de la campaña: General

Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

Adjudicatarios:

Compra de Medios: Tangente Publicidad, S.L.: 4.069,24 €

Plan de Medios:

Medios convencionales (4.069,24): Radio: 905,09 (22,24%); Medios gráficos: 462,83 (11,37%); Digital: 2.701,32 (66,38%)

Radio:

Cadena Ser	490,05	Onda Cero Radio	235,95	COPE	179,09
------------	--------	-----------------	--------	------	--------

Medios gráficos:

Grupo Joly	462,83
------------	--------

Digital:

Grupo Vocento	1.210,00	malagahoy.es	462,82
---------------	----------	--------------	--------

laopiniondemalaga.es	726,00	noticiasronda24horas.es	302,50
----------------------	--------	-------------------------	--------

Observaciones: Campaña financiada con fondos FEDER

MINISTERIO PARA LA TRANSICIÓN ECOLÓGICA Y EL RETO DEMOGRÁFICO



Sociedad Estatal Aguas de las Cuencas de España (Grupo Patrimonio)

ACUAES PONE EN MARCHA LA DEPURADORA DE QUINTANAR DE LA ORDEN (TOLEDO)

Objetivo y sentido: DAR A CONOCER A LA CIUDADANÍA LA NUEVA EDAR (ESTACIÓN DEPURADORA DE AGUAS RESIDUALES) QUE ACUAES HA CONSTRUIDO EN EL MUNICIPIO DE QUINTANAR DE LA ORDEN Y LA INCORPORACIÓN DE CAUDALES A LA INSTALACION DE CONSUEGRA, EN LA PROVINCIA DE TOLEDO.

Coste Total: 5.296,17

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

Producción/creatividad: 0

Compra de medios: 5.296,17

Evaluación: 0

Periodo de ejecución: Del 1 de abril al 30 de junio de 2025

Difusión: Provincial

Idioma: Castellano

Población objetivo de la campaña: General

Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

Adjudicatarios:

Compra de Medios: Compra directa: 5.296,17 €

Plan de Medios:

Medios convencionales (5.296,17): Radio: 516,67 (9,76%); Medios gráficos: 1.399,06 (26,42%); Digital: 3.380,44 (63,83%)

Medios no convencionales (0): relaciones públicas

Radio:

Cadena Ser	294,03	COPE	119,79	Onda Cero Radio	102,85
------------	--------	------	--------	-----------------	--------

Medios gráficos:

La Tribuna de Toledo	1.399,06			
----------------------	----------	--	--	--

Digital:

eldiario.es	968,00	latribunadetoledo.es	718,44	ABC.es	363,00
-------------	--------	----------------------	--------	--------	--------

El Digital de Castilla la Mancha	726,00	encastillalamancha.es	605,00	
----------------------------------	--------	-----------------------	--------	--

Observaciones: Campaña financiada con fondos FEDER

MINISTERIO PARA LA TRANSICIÓN ECOLÓGICA Y EL RETO DEMOGRÁFICO

Sociedad Estatal Aguas de las Cuencas de España (Grupo Patrimonio)

ACUAES MEJORA EL SANEAMIENTO Y DEPURACIÓN DE MUNICIPIOS DE LA PROVINCIA DE HUELVA

Objetivo y sentido: DAR A CONOCER A LA CIUDADANÍA LAS ACTUACIONES DE DEPURACIÓN Y SANEAMIENTO QUE SE ESTÁN DESARROLLANDO EN VARIOS MUNICIPIOS DE LA PROVINCIA DE HUELVA.

Coste Total: 4.999,41

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

Producción/creatividad: 0

Compra de medios: 4.999,41

Evaluación: 0

Periodo de ejecución: Del 1 de enero al 31 de marzo de 2025

Difusión: Provincial

Idioma: Castellano

Población objetivo de la campaña: General

Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

Adjudicatarios:

Compra de Medios: Publicidad Supra, S.L.: 965,22 €; Compra directa: 4.034,19 €

Plan de Medios:

Medios convencionales (4.999,41): Radio: 1.540,33 (30,81%); Medios gráficos: 3.077,93 (61,57%); Digital: 381,15 (7,62%)

Radio:

Cadena Ser	592,9	Onda Cero Radio	497,31	COPE	450,12
------------	-------	-----------------	--------	------	--------

Medios gráficos:

Viva (Andalucía Información)	1.784,75	Huelva Información	1.293,18
------------------------------	----------	--------------------	----------

Digital:

huelvainformacion.es	381,15
----------------------	--------

Observaciones: Campaña financiada con fondos FEDER

Oficina Española del Cambio Climático**CONCIENCIACIÓN SOBRE CAMBIO CLIMÁTICO**

Objetivo y sentido: INFORMAR Y SENSIBILIZAR A LA SOCIEDAD SOBRE EL CAMBIO CLIMÁTICO Y LA IMPORTANCIA DE LAS ACCIONES PARA ADAPTARNOS A ÉL Y MITIGARLO

Coste Total: 348.092,80

Inversión presupuestaria: Capítulo 6

Producción/creatividad: 348.092,80

Compra de medios: 0

Evaluación: 0

Periodo de ejecución: No emitida en 2025

Difusión: Nacional

Idioma: Castellano, catalán, gallego, euskera y valenciano

Población objetivo de la campaña: General

Adjudicatarios: Producción/creatividad: Good News Televisión, S.L.: 348.092,80 €

Plan de Medios: No emitida en 2025

MINISTERIO PARA LA TRANSICIÓN ECOLÓGICA Y EL RETO DEMOGRÁFICO

Dirección General de Biodiversidad, Bosques y Desertificación

RESTAURACIÓN DE LA NATURALEZA

Objetivo y sentido: CONCIENCIAR SOBRE LOS OBJETIVOS DEL REGLAMENTO DE RESTAURACIÓN DE LA NATURALEZA Y SU PLAN NACIONAL DE DESARROLLO, TRASLADANDO A LA SOCIEDAD CÓMO LA CONSERVACIÓN Y GESTIÓN Y RESTAURACIÓN DE LA NATURALEZA INCREMENTA LA SALUD DE LOS ECOSISTEMAS, Y LA SALUD HUMANA (FÍSICA Y MENTAL), MÁXIME ANTE ESCENARIOS CLIMÁTICOS CADA VEZ MÁS PROBLEMÁTICOS.

Coste Total: 300.256,10

Inversión presupuestaria: Capítulo 6

Producción/creatividad: 0

Compra de medios: 300.256,10

Evaluación: 0

Periodo de ejecución: Del 21 de octubre al 14 de noviembre de 2025

Difusión: Nacional

Idioma: Castellano, catalán, gallego y euskera

Población objetivo de la campaña: General

Adjudicatarios:

Compra de Medios: Media Sapiens Spain, S.L.: 300.256,10 €

Plan de Medios:

Medios convencionales (300.256,10): Radio: 154.317,97 (51,40%); Medios gráficos: 75.253,55 (25,06%); Digital: 7.260,00 (2,42%); Exterior: 63.424,58 (21,12%)

Radio:

RAC 1	41.742,10	Onda Cero Radio	23.406,24	Radio Gallega (RG)	6.158,80
Cadena Ser	33.166,58	Canal Sur Radio	11.611,35	Aragón Radio	2.317,39
COPE	29.266,51	Radio Euskadi	6.649,00		

Medios gráficos:

Grupo Prensa Ibérica	22.309,25	Grupo Alayans	18.050,18		
Grupo Vocento	21.494,46	Delivery Media	13.399,66		

Digital:

Spotify	6.641,56	Ivoox	618,44		
---------	----------	-------	--------	--	--

Exterior:

Gran Pantalla de Publicidad Exterior, S.L.	26.797,88	Exteria	22.687,50	Global Media & Entertainment	13.939,20
--	-----------	---------	-----------	------------------------------	-----------

Observaciones: Financiada con fondos PRTR

MINISTERIO PARA LA TRANSICIÓN ECOLÓGICA Y EL RETO DEMOGRÁFICO

O.A. Parques Nacionales

DIFUSIÓN DE LA RED ESPAÑOLA DE RESERVAS DE LA BIOSFERA: MARCA DE CALIDAD Y ESCAPARATE VIRTUAL

Objetivo y sentido: DAR UNA MAYOR VISIBILIDAD A LA MARCA DE CALIDAD DE LA RED ESPAÑOLA DE RESERVAS DE LA BIOSFERA (RERB), A SU ESCAPARATE VIRTUAL, Y CONCILIAR SOSTENIBILIDAD Y PROTECCIÓN CON DESARROLLO Y COMPETITIVIDAD EN LA ACTIVIDAD ECONÓMICA DE LAS COMUNIDADES LOCALES.

Coste Total: 249.822,59 **Inversión presupuestaria:** Capítulo 6

Producción/creatividad: 134.410,62 **Compra de medios:** 115.411,97 **Evaluación:** 0

Periodo de ejecución: Del 13 de octubre al 9 de noviembre de 2025

Difusión: Autonómica **Idioma:** Castellano

Población objetivo de la campaña: Empresarios/as y personas consumidoras

Medidas accesibilidad: Subtitulación

Adjudicatarios:

Producción/creatividad: Tragsatec: 134.410,62

Compra de Medios: Iki Media Solutions, S.L.: 115.411,97 €

Plan de Medios:

Medios convencionales (115.411,97): Medios gráficos: 58.148,62 (50,38%); Digital: 57.263,35 (49,62%)

Medios gráficos:

La Voz de Galicia	40.240,37	El Correo Gallego	4.294,29	La Nueva Crónica	1.325,68
Diario de León	9.500,44	La Opinión A Coruña	2.787,84		

Digital:

Youtube	53.520,57	Control Viewability	1.007,15	El Español	508,20
lanuevacronica.com	1.185,80	lavozdegalicia.es	872,23	El Mundo.es	169,40

Observaciones: Financiada con fondos PRTR

MINISTERIO PARA LA TRANSICIÓN ECOLÓGICA Y EL RETO DEMOGRÁFICO

Dirección General de Políticas contra la Despoblación

COHESIÓN TERRITORIAL

Objetivo y sentido: GENERAR UNA VISIÓN POSITIVA DE LAS OPORTUNIDADES DE DESARROLLO PERSONAL Y PROFESIONAL EN LAS ZONAS DEL PAÍS MÁS DESPOBLADAS, LUCHANDO ASÍ CONTRA LA DESPOBLACIÓN Y LOS DESEQUILIBRIOS TERRITORIALES. DESTACAR QUE ESTOS TERRITORIOS SON ESPACIOS LLENOS DE OPORTUNIDADES.

Coste Total: 1.141.310,18

Inversión presupuestaria: Capítulo 6

Producción/creatividad: 0

Compra de medios: 1.141.310,18

Evaluación: 0

Periodo de ejecución: Del 10 de octubre al 14 de noviembre de 2025

Difusión: Nacional

Idioma: Castellano, catalán, gallego y euskera

Población objetivo de la campaña: General

Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

Adjudicatarios:

Compra de Medios: Media Sapiens Spain, S.L.: 1.141.310,18 €

Plan de Medios:

Medios convencionales (1.133.324,18): Televisión: 447.631,88 (39,50%); Medios gráficos: 217.022,53 (19,15%); Digital: 114.187,20 (10,08%); Exterior: 354.482,57 (31,28%)

Medios no convencionales (7.986,00): cartelería en Serigrafía Margi, S.A.: 7.986,00 (100,00%)

Televisión:

NewixMedia-FORTA	106.710,56	Navarra TV	28.685,86	Navarra TV	11.148,64
La Rioja 7TV	93.908,09	La 8 Mediterráneo	23.686,48	TV Autonómica de Murcia	8.848,13
NewixMedia-FORTA	91.831,53	Castilla y León TV (RTVCyL)	21.707,40	Canal Extremadura TV	1.563,93
Castilla y León TV (RTVCyL)	37.862,72	La Rioja 7TV	21.019,15	TV de Cataluña (TV3)	659,39

Medios gráficos:

Grupo Vocento	69.089,54	El Mueble	5.544,22	Viajes National Geographic	2.545,84
Grupo Prensa Ibérica	67.765,93	National Geographic	4.881,14	Viajar	2.037,64
Grupo Alayans	35.173,16	Historia National Geographic	3.351,70		
Delivery Media	23.521,24	Cosas de Casa	3.112,12		

Digital:

YouTube	42.000,00	El Mundo.es	5.007,14	El País.com	3.054,00
Delivery Media	14.001,95	El Español	3.599,68	El Confidencial	2.813,30
Grupo Vocento	13.520,91	20minutos.es	3.463,08	lavanguardia.com	2.608,63
Alayans	9.632,11	ABC.es	3.368,11		
Grupo Prensa Ibérica	8.039,42	eldiario.es	3.078,87		

Exterior:

Global	213.130,37	Exteria	81.457,20	Xpezial	59.895,00
--------	------------	---------	-----------	---------	-----------

MINISTERIO PARA LA TRANSICIÓN ECOLÓGICA Y EL RETO DEMOGRÁFICO

Dirección General de Políticas contra la Despoblación

DIFUSIÓN PROGRAMA CAMPUS RURAL

Objetivo y sentido: DAR UNA MAYOR DIFUSIÓN AL PROGRAMA CAMPUS RURAL PARA FOMENTAR LA PARTICIPACIÓN TANTO DE NUEVOS ESTUDIANTES COMO DE NUEVAS ENTIDADES OFERTANTES DE PRÁCTICAS.

Coste Total: 199.830,60

Inversión presupuestaria: Capítulo 2

Producción/creatividad: 0

Compra de medios: 199.830,60

Evaluación: 0

Periodo de ejecución: Del 3 al 31 de julio de 2025

Difusión: Nacional

Idioma: Castellano

Población objetivo de la campaña: Empresarios/as y estudiantes

Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

Adjudicatarios:

Compra de Medios: Media Diamond, S.L.: 199.830,60 €

Plan de Medios:

Medios convencionales (199.830,60): Digital: 69.974,86 (35,02%); Exterior: 129.855,74 (64,98%)

Digital:

Audio Shoppers	69.974,86		
----------------	-----------	--	--

Exterior:

014 IN, S.L.	48.702,50	Global	20.788,77
Adtrackmedia	27.104,00	Gran Pantalla de Pub.Exterior, S.L.	33.260,47

MINISTERIO DE VIVIENDA Y AGENDA URBANA

Subsecretaría de Vivienda y Agenda Urbana

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

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

Coste Total: 3.150.318,31

Inversión presupuestaria: Capítulo 6

Producción/creatividad: 663.382,5

Compra de medios: 2.486.935,81

Evaluación: 0

Periodo de ejecución: Del 13 de octubre al 30 de noviembre de 2025

Difusión: Nacional

Idioma: Castellano, catalán, gallego, euskera y valenciano

Población objetivo de la campaña: General

Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

Adjudicatarios:

Producción/creatividad: Sra. Rushmore, S.A.: 663.382,50 € **Compra de Medios:** Media Diamond, S.L.: 2.486.935,81 €

Plan de Medios:

Medios convencionales (2.486.935,81): Televisión 367.208,68 (14,77%); Radio: 629.325,38 (25,31%); Medios gráficos: 685.374,76 (27,56%); Digital: 556.965,04 (22,40%); Exterior: 248.061,95 (9,97%)

Televisión:

Antena 3	79.558,71	La Sexta	39.855,59	NewixMedia-FORTA	7.564,92
Telecinco	58.481,12	Cuatro	36.349,01	TV de Cataluña (TV3)	2.434,52
Movistar Plus +	51.850,92	Multi Atresmedia: Nova, Mega y Atreseries	31.470,26	TVE	0,00
MediaMax (FDF, Divinity, Energy y Be Mad)	50.712,01	Neox	8.931,62		

Radio:

Cadena Ser	256.638,10	Europa FM	36.487,55	Radio Euskadi	9.474,59
Onda Cero Radio	118.219,42	Canal Sur Radio	13.226,41	Canal Fiesta (Canal Sur)	8.502,00
Cadena 40 Principales	103.736,70	Los40 Urban	11.049,73	Radio Gallega (RG)	8.487,12
RAC 1	52.640,78	Flaix FM	10.862,98		

Medios gráficos:

Grupo Vocento	139.386,76	As	40.495,07	El Economista	435,24
Grupo Prensa Ibérica	127.729,63	La Vanguardia	29.834,73	Metros2	363,00
El País	88.027,86	Mundo Deportivo	21.388,87	Cinco Días	343,71
Marca	87.001,43	Sport	17.057,74	Ecoconstrucción	314,60
Grupo Alayans	84.666,12	Expansión	918,57		
El Mundo	46.927,43	El Inmobiliario mes a mes	484,00		

Digital:

Youtube	72.779,76	As.com	35.071,34	ElEconomista.es	11.196,88
Grupo Prensa Ibérica	69.057,17	El Mundo.es	28.946,66	Onda Cero	6.373,08
marca.com	44.187,26	mundodeportivo.com	27.752,33	Publico.es	4.508,84
Facebook	39.189,09	20minutos.es	27.709,40	Ara.cat	3.165,46
Spotify	39.189,09	El País.com	27.017,82	Infolibre.es	2.178,00
Cadena Ser	38.254,25	eldiario.es	23.375,42	elplural.com	1.814,99
Grupo Vocento	35.091,46	huffingtonpost.es	20.106,74		

Exterior:

Global	83.954,64	iWall	53.031,26	Gran Pantalla de Publicidad Exterior, S.L.	20.811,95
Exterior Plus	58.320,10	Adtrackmedia	31.944,00		

MINISTERIO DE CULTURA

Centro de Coordinación de Industrias Culturales

THE GOOD GAMER

Objetivo y sentido: DIFUSIÓN DEL PROGRAMA DE INFORMACIÓN A PADRES Y TUTORES SOBRE EL USO RESPONSABLE DE LOS VIDEOJUEGOS

Coste Total: 4.999,72

Inversión presupuestaria: Capítulo 2

Producción/creatividad: 0

Compra de medios: 4.999,72

Evaluación: 0

Periodo de ejecución: Del 1 de enero al 31 de diciembre de 2025

Difusión: Nacional

Idioma: Castellano

Población objetivo de la campaña: Padres, madres y tutores/as

Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

Adjudicatarios:

Compra de Medios: Game: 4.999,72 €

Plan de Medios:

Medios no convencionales (4.999,72): folletos: 4.999,72 (100,00%)

Observaciones: Difusión conjunta con AEVI (Asociación Española de Videojuegos)

Dirección General de Derechos Culturales

BONO CULTURAL JOVEN 2025

Objetivo y sentido: INFORMAR ACERCA DE LA EXISTENCIA DEL PROGRAMA Y ANIMAR A LOS POTENCIALES BENEFICIARIOS (PERSONAS JÓVENES QUE CUMPLEN 18 AÑOS) A SOLICITAR ESTA AYUDA COMUNICANDO LA APERTURA DEL PLAZO Y LOS REQUISITOS PARA SOLICITARLO.

Coste Total: 4.416.291,12

Inversión presupuestaria: Capítulo 2

Producción/creatividad: 0

Compra de medios: 4.416.291,12

Evaluación: 0

Periodo de ejecución: Del 1 de agosto al 15 de octubre de 2025

Difusión: Nacional

Idioma: Castellano, catalán, gallego, euskera y valenciano

Población objetivo de la campaña: General e infantil/juvenil

Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

Adjudicatarios:

Compra de Medios: Iki Media Solutions, S.L.: 4.416.291,12 €

Plan de Medios:

Medios convencionales (4.416.291,12): Televisión: 721.570,84 (16,34%); Radio: 616.090,93 (13,95%); Digital: 2.089.523,06 (47,31%); Exterior: 892.295,25 (20,20%); Cine: 96.811,04 (2,19%)

Televisión:				
Antena 3	267.322,23	MediaMax (FDF, Divinity, Energy y Be Mad)	54.191,34	Multi Atresmedia: Nova, Mega y Atreseries 26.487,15
Movistar Plus +	102.019,70	Cuatro	46.673,30	TV de Cataluña (TV3) 11.056,60
Telecinco	67.942,69	La Sexta	44.003,57	Neox 10.996,42
Pulsa TV	56.993,48	NewixMedia-FORTA	33.884,36	
Radio:				
Cadena 40 Principales	365.976,61	RAC 1	21.899,79	Radio Gallega (RG) 1.746,50
Cadena Ser	139.526,67	Cataluña Radio	14.866,86	Radio Illes Balears (IB3 Radio) 1.160,40
Los40 Urban	31.687,48	Radio Euskadi	3.108,88	À Punt Radio 1.145,77
Ràdio Flaixbac	31.462,97	Gaztea	2.612,39	Canarias Radio 896,61
Digital:				
Youtube	372.993,39	AMAZON MUSIC	32.524,80	HBO MAX 5.894,73
Instagram	235.950,00	influencer @crisblancofdz	26.285,34	influencer @blanca_guilera 5.730,32
Pran Exte	212.355,00	NETFLIX	20.631,56	levante-emv.com 5.728,25
Tiktok	192.692,50	marca.com	20.336,14	ultimahora.es 3.811,77
Samsung Tv	167.466,42	El País.com	16.169,51	influencer @esperanzaluz 2.965,94
Vidoomy	91.587,93	As.com	15.760,75	Canarias7.es 2.611,24
Facebook	72.883,62	El Mundo.es	14.651,97	eldiario.es 2.420,00
Pluto TV	68.508,99	20minutos.es	14.120,75	Ara.cat 1.815,00
Mitele	53.284,77	influencer @shula.li	13.486,49	Infolibre.es 1.210,00
Atresplayer	53.284,77	RUGBY CHALLENGE TV	12.100,00	influencer @larium 922,29
influencer @ruben.avilesx	52.562,45	mundodeportivo.com	9.366,13	Pikara Magazine 847,00
Rtve Play	45.672,66	elcorreo.com	7.986,00	El Critic 847,00
Spotify	43.366,40	lavozdegalicia.es	7.831,94	Exitmedia.Net 847,00
Amazon Prime Video	39.789,45	Disney+	7.368,42	Revista Godot 847,00
influencer @inusu_al	39.692,43	lavanguardia.com	6.547,89	Nortes 847,00
influencer @sandramoruizz	38.704,96	Double Verify	6.404,99	El Salto 847,00
YouTube Music	32.524,80	sport.es	5.899,56	influencer @booksbymaria 538,74
Exterior:				
Exterior Plus	551.840,65	014 IN, S.L.	313.970,12	Global 26.484,48
Cine:				
014 MEDIA	96.811,04			

MINISTERIO DE CULTURA

Dirección General de Derechos Culturales

DERECHOS CULTURALES

Objetivo y sentido: DAR A CONOCER LOS DERECHOS CULTURALES: EL DERECHO A LA CULTURA DE TODAS LAS PERSONAS Y EN TODOS LOS TERRITORIOS.

Coste Total: 3.458.999,96

Inversión presupuestaria: Capítulo 2

Producción/creatividad: 210.358,5

Compra de medios: 3.248.641,46

Evaluación: 0

Periodo de ejecución: Del 13 de octubre al 24 de noviembre de 2025

Difusión: Nacional

Idioma: Castellano, catalán, gallego, euskera y valenciano

Población objetivo de la campaña: General

Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

Adjudicatarios:

Producción/creatividad: Evil Love, S.L.U.: 210.358,50 €

Compra de Medios: T20 Admedia Services, S.L.: 3.248.641,46 €

Plan de Medios:

Medios convencionales (3.248.641,46): Televisión: 637.161,17 (19,61%), Radio: 602.939,67 (18,56%), Medios gráficos: 393.432,39 (12,11%); Digital: 882.206,47 (27,16%); Exterior: 533.009,76 (16,41%); Cine: 199.892,00 (6,15%)

Televisión:

Antena 3	198.306,36	La Sexta	33.043,22	Otras temáticas	16.347,58
Amazon Prime	79.552,66	Pulsa TV	25.429,36	Neox	7.651,07
Telecinco	64.383,68	Multi Atresmedia: Nova, Mega y Atreseries	23.019,28	TV de Cataluña (TV3)	3.886,52
Movistar Plus +	52.811,66	La Rioja 7TV	19.035,72	Canal Extremadura TV	2.163,48
MediaMax (FDF, Divinity, Energy y Be Mad)	37.603,35	Navarra TV	18.661,32		
Cuatro	36.943,48	Castilla y León TV (RTVCyL)	18.322,43		

Radio:

Cadena Ser	127.849,04	Cadena 100	53.575,41	Canal Sur Radio	8.165,00
Los40 Clasic	107.967,87	Cadena Dial	52.748,86	Radio Euskadi	4.376,21
Los40 Urban	97.252,18	RAC 1	26.676,51	Radio Gallega (RG)	4.124,59
Cadena Ser	96.237,33	Cataluña Radio	23.966,67		

Medios gráficos:

Grupo Vocento	77.076,23	Delivery Media	23.241,12	La Vanguardia	16.126,88
Grupo Prensa Ibérica	65.279,98	XL Semanal	20.002,75	Suplementos de ABC	9.283,51
Grupo Alayans	45.056,53	ABC	18.908,81	Suplementos de El País	8.983,04
El País	42.267,72	Suplemento de La Vanguardia	18.488,80	Suplementos de El Mundo	6.463,43
El Mundo	25.458,79	20 Minutos	16.794,80		

Digital:					
YouTube	171.000,00	Grupo Prensa Ibérica	20.831,52	Infolibre.es	341,70
Mediaset Infinity	136.113,48	El País.com	16.766,26	El Critic	334,35
RTVE Play	133.886,52	El Mundo.es	16.651,51	La Marea	333,96
Spotify	66.408,54	20minutos.es	16.069,43	Jot Down	290,40
Delivery Media	52.297,83	lavanguardia.com	15.255,73	El Salto	159,72
Grupo Vocento	41.039,12	ABC.es	14.815,71	Revista Godot	119,56
Mediaset Infinity	39.847,11	Cadena Ser	14.591,46	Pikara Magazine	116,16
Atresplayer	28.552,90	El Confidencial	13.440,26	Yorokobu	72,60
Instagram	23.662,68	eldiario.es	11.399,88	Archiletras	35,64
El Español	21.601,21	Grupo Prensa Ibérica	3.511,04	Exitmedia.net	29,04
Facebook	21.337,32	Publico.es	1.290,84	Poliédrica	2,99
Exterior:					
014 IN, S.L.	203.406,45	Movistar Arena	82.280,00	Super 8 Media	50.396,50
Exterior Plus	106.799,44	Global	66.803,05	Gran Pantalla de Publicidad Exterior, S.L.	23.324,32
Cine:					
Moviedis Media Cine	105.875,00	014 Media	94.017,00		

MINISTERIO DE CULTURA

Dirección General de Derechos Culturales

EN DEFENSA DE LOS DERECHOS DE PROPIEDAD INTELECTUAL

Objetivo y sentido: INFORMAR SOBRE EL PAPEL CENTRAL QUE DESEMPEÑAN LOS DERECHOS DE PROPIEDAD INTELECTUAL EN LA CREACIÓN ARTÍSTICA Y PROMOVER EL ACCESO LEGAL PONIENDO EN VALOR PEQUEÑAS ACCIONES COTIDIANAS (COMPRAR UN LIBRO, IR AL CINE, AL TEATRO, SUSCRIBIRSE A UN PERIÓDICO) QUE CONTRIBUYEN A SOSTENER EL ECOSISTEMA CREATIVO Y, POR TANTO A GARANTIZAR EL FUTURO DE LA CULTURA, LA DIVERSIDAD CULTURAL Y LOS DERECHOS DE LOS CREADORES Y LAS CREADORAS Y DE LOS DEMÁS Y LAS DEMÁS PROFESIONALES DEL SECTOR.

Coste Total: 113.612,5

Inversión presupuestaria: Capítulo 2 y capítulo 6

Producción/creatividad: 13.612,5

Compra de medios: 100.000,00

Evaluación: 0

Periodo de ejecución: Del 1 al 31 de octubre de 2025

Difusión: Nacional

Idioma: Castellano, catalán, gallego, euskera y valenciano

Población objetivo de la campaña: General

Medidas accesibilidad: Subtitulación y lengua de signos

Adjudicatarios:

Producción/creatividad: Accionlab Comunicación, S.L.: 13.612,50 €

Compra de Medios: Zosmamedia, S.L.: 100.000,00 €

Plan de Medios:

Medios convencionales (100.000,00): Digital: 100.000,00 (100,00%)

Digital:

Youtube	33.730,89	Spotify	10.000,00	Cope	1.719,35
El País.com	15.142,84	eldiario.es	5.824,95	El País.com	1.269,12
20minutos.es	13.136,24	huffingtonpost.es	4.175,05		
ABC.es	11.720,91	Cadena Ser	3.280,65		

MINISTERIO DE CULTURA

Dirección General de Derechos Culturales

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

Objetivo y sentido: DIFUSIÓN DE ESTOS PROGRAMAS EUROPEOS SECTORIALES 2021-2027 DE FINANCIACIÓN DE LA COMISIÓN EUROPEA, CUYAS OFICINAS INFORMATIVAS SE ENCUENTRAN EN LA SUB. GRAL. DE COOP. CULTURAL CON LAS CC.AA. ASESORAMIENTO A POTENCIALES BENEFICIARIOS ESPAÑOLES DE ESTAS AYUDAS.

Coste Total: 1.300,00 **Inversión presupuestaria:** Capítulo 2

Producción/creatividad: 0 **Compra de medios:** 1.300,00 **Evaluación:** 0

Periodo de ejecución: Del 7 de enero al 30 de abril de 2025

Difusión: Nacional **Idioma:** Castellano

Población objetivo de la campaña: Operadores culturales y personas creativas españolas

Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

Adjudicatarios:

Compra de Medios: Compra directa: 1.300,00 €

Plan de Medios:

Medios convencionales (1.300,00): Digital: 1.300,00 (100,00%)

Digital:

Meta	1.300,00	
------	----------	--

ACTIVIDADES DEL PROGRAMA CULTURA Y CIUDADANÍA

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

Coste Total: 675,88 **Inversión presupuestaria:** Capítulo 2

Producción/creatividad: 0 **Compra de medios:** 675,88 **Evaluación:** 0

Periodo de ejecución: Del 13 de mayo al 26 de septiembre de 2025

Difusión: Nacional **Idioma:** Castellano

Población objetivo de la campaña: Operadores culturales y personas creativas españolas

Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

Adjudicatarios:

Compra de Medios: Compra directa: 675,88 €

Plan de Medios:

Medios convencionales (675,88): Digital: 675,88 (100,00%)

Digital:

Meta	675,88	
------	--------	--

MINISTERIO DE CULTURA



Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales (ICAA)

PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN DE LA CINEMATOGRAFÍA ESPAÑOLA 2025

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

Coste Total: 1.548,8 **Inversión presupuestaria:** Capítulo 2

Producción/creatividad: 0 **Compra de medios:** 1.548,8 **Evaluación:** 0

Periodo de ejecución: Del 1 de enero al 31 de diciembre de 2025

Difusión: Nacional **Idioma:** Castellano

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

Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

Adjudicatarios:

Compra de Medios: AV451 Online, S.L.: 641,30 €; Maratón Audiovisual, S.L. : 907,50 €

Plan de Medios: Medios convencionales (1.548,80): Digital: 1.548,80 (100,00%)

Digital:

Rubik	907,5	Audiovisual 451	641,3
-------	-------	-----------------	-------

06 OCT - DÍA DEL CINE ESPAÑOL 2025

Objetivo y sentido: DAR VISIBILIDAD A LA EFEMÉRIDE DE RECIENTE CREACIÓN QUE EN 2025 LLEGA A SU CUARTA EDICIÓN TRAS SER DECRETADO EL 6 DE OCTUBRE COMO "DÍA DEL CINE ESPAÑOL" POR EL CONSEJO DE MINISTROS EN 2021. DIFUNDIR LAS ACTIVIDADES REALIZADAS EN TORNO A LA CELEBRACIÓN DE ESE DÍA, DE MANERA COLABORATIVA CON EL SECTOR PRIVADO, PERO TAMBIÉN DE LA MANO DE LAS INSTITUCIONES Y ORGANISMOS PÚBLICOS DE PROMOCIÓN DE LA CULTURA.

Coste Total: 12.856,47 **Inversión presupuestaria:** Capítulo 2

Producción/creatividad: 5.492,41 **Compra de medios:** 7.364,06 **Evaluación:** 0

Periodo de ejecución: Del 1 de enero al 6 de octubre de 2025

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

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

Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

Adjudicatarios:

Producción/creatividad: Sujai Industria Gráfica, S.L.: 493,90 €; Morgancreea: 4.998,51 €

Compra de Medios: Compra directa

Plan de Medios: Medios convencionales (7.364,06): Medios gráficos: 6.880,06 (93,43%); Digital: 484,00 (6,57%)

Medios gráficos:

Fotogramas	4.235,00	Grupo Alayans	1.452,00	Acción Cine	1.193,06
------------	----------	---------------	----------	-------------	----------

Digital:

Audiovisual 451	484,00
-----------------	--------

MINISTERIO DE CULTURA



Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales (ICAA)

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

Objetivo y sentido: ACCIONES ORIENTADAS A LA DIFUSIÓN DE LAS OBRAS RECUPERADAS/RESTAURADAS (PATRIMONIO AUDIOVISUAL) POR PARTE DE FILMOTECA ESPAÑOLA, SUS PROGRAMAS ESPECIALES PRESENTADOS A LO LARGO DEL AÑO, ASÍ COMO HITOS Y EFEMÉRIDES QUE SE CELEBRAN EN 2025: CENTENARIOS DE CINEASTAS DESTACADOS/AS, EL ANUNCIO DEL PREMIO NACIONAL DE PATRIMONIO AUDIOVISUAL (DE RECIENTE CREACIÓN), ENTRE OTROS.

Coste Total: 484,00

Inversión presupuestaria: Capítulo 2

Producción/creatividad: 0

Compra de medios: 484,00

Evaluación: 0

Periodo de ejecución: Del 1 de octubre al 31 de diciembre de 2025

Difusión: Nacional

Idioma: Castellano

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

Adjudicatarios:

Compra de Medios: Hathor Digital, S.L.: 484,00 €

Plan de Medios: Medios convencionales (484,00): Digital: 484.00 (100,00%)

Digital:

El Español	484,00		
------------	--------	--	--

PREMIO NACIONAL DE CINEMATOGRAFÍA 2025

Objetivo y sentido: ACCIONES ORIENTADAS A LA DIFUSIÓN DEL PREMIO NACIONAL DE CINEMATOGRAFÍA 2025, GALARDÓN OTORGADO POR EL MINISTERIO DE CULTURA A TRAVÉS DEL ICAA. DIFUSIÓN DE LA CONVOCATORIA, DEL FALLO DEL MISMO, Y DEL ACTO DE ENTREGA DEL PREMIO QUE NORMALMENTE SE REALIZA EN EL MES DE SEPTIEMBRE.

Coste Total: 4.041,40

Inversión presupuestaria: Capítulo 2

Producción/creatividad: 0

Compra de medios: 4.041,40

Evaluación: 0

Periodo de ejecución: Del 1 de abril al 6 de octubre de 2025

Difusión: Nacional

Idioma: Castellano

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

Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

Adjudicatarios:

Compra de Medios: Compra directa: 4.041,40 €

Plan de Medios: Medios convencionales (4.041,40): Medios gráficos: 968,00 (23,95%); Digital: 3.073,40 (76,05%)

Medios gráficos:

Caimán	968,00		
--------	--------	--	--

Digital:

Alayans	1.028,50	Audiovisual 451	774,40
Cine Con Eñe	907,50	El Blog Del Cine Español	363,00

MINISTERIO DE CULTURA



Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales (ICAA)

PREMIOS GOYA 2025

Objetivo y sentido: ACCIONES ORIENTADAS A LA DIFUSIÓN DE LOS PREMIOS GOYA 2025, A LA FELICITACIÓN A LOS NOMINADOS Y A LAS ACTIVIDADES REALIZADAS EN TORNO A LA CELEBRACIÓN DE LOS PREMIOS.

Coste Total: 13.204,73

Inversión presupuestaria: Capítulo 2

Producción/creatividad: 447,70

Compra de medios: 12.757,03

Evaluación: 0

Periodo de ejecución: Del 1 de enero al 16 de febrero de 2025

Difusión: Nacional

Idioma: Castellano

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

Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

Adjudicatarios:

Producción/creatividad: Joaquín Martín Cartelería, S.L.: 447,70 €

Compra de Medios: Norea y Aloman Ediciones, S.L.: 1.894,86 €; Alayans Media, S.L.: 4.896,87 €; AV451 Online, S.L.: 641,30 €; Perez Polo, Juan Francisco 847,00 €; Caimán Ediciones, S.L.: 968,00 €; Asociación Cine Con Ñ: 1.089,00 €; Hearst España, S.L.: 2.420,00 €

Plan de Medios:

Medios convencionales (12.757,03): Medios gráficos: 10.179,73 (79,80%); Digital: 2.577,30 (20,20%)

Medios gráficos:

Grupo Alayans	4.896,87	Acción Cine	1.894,86	
Fotogramas	2.420,00	Caimán	968,00	

Digital:

Cine Con Eñe	1.089,00	El Blog del Cine Español	847,00	Audiovisual 451	641,30
--------------	----------	--------------------------	--------	-----------------	--------

MINISTERIO DE ECONOMÍA, COMERCIO Y EMPRESA

Subsecretaría de Economía, Comercio y Empresa

DIFUSIÓN Y VISIBILIZACIÓN DEL PLAN DE RECUPERACIÓN, TRANSFORMACIÓN Y RESILIENCIA (PRTR)

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

Coste Total: 1.912.369,82

Inversión presupuestaria: Capítulo 2

Producción/creatividad: 0

Compra de medios: 1.912.369,82

Evaluación: 0

Periodo de ejecución: Del 25 de octubre al 15 de noviembre de 2025

Difusión: Nacional

Idioma: Castellano, catalán, gallego, euskera y valenciano

Población objetivo de la campaña: General y empresarios/as

Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

Adjudicatarios:

Compra de Medios: Nova Sapiens, S.L.: 1.912.369,82 €

Plan de Medios:

Medios convencionales (1.912.369,82): Televisión: 346.704,44 (18,13%); Radio: 490.721,82 (25,66%); Medios gráficos: 441.361,19 (23,08%); Digital: 533.917,09 (27,92%); Exterior: 99.665,28 (5,21%)

Televisión:

Netflix	76.912,94	La Sexta	16.970,76	Cuatro	7.870,86
Movistar Plus +	38.677,40	La Rioja 7TV	16.561,51	Levante TV	4.235,66
Antena 3	37.430,02	Multi Atresmedia: Nova, Mega y Atreseries	15.592,73	Canal Extremadura TV	2.257,86
Telecinco	31.073,74	Navarra TV	14.194,10	TV de Cataluña (TV3)	1.331,00
MediaMax (FDF, Divinity, Energy y Be Mad)	30.204,72	NewixMedia-FORTA	13.542,93	TVE	0,00
Castilla y León TV (RTVCyL)	28.786,81	Neox	11.061,40		

Radio:

Cadena Ser	178.752,82	RAC 1	39.233,40	Radio Gallega (RG)	5.915,56
COPE	143.225,28	Canal Sur Radio	12.191,14	Aragón Radio	2.345,71
Onda Cero Radio	102.638,25	Radio Euskadi	6.419,66		

Medios gráficos:

Grupo Vocento	101.997,63	ABC	27.394,59	Suplemento de La Vanguardia	7.613,32
Grupo Prensa Ibérica	93.826,79	Delivery Media	25.963,30	Expansión	7.348,57
El País	51.633,12	La Vanguardia	22.767,36	El Economista	4.192,65
Grupo Alayans	40.197,89	XL Semanal	9.167,93	Cinco Días	2.566,41
El Mundo	39.011,76	Suplementos de El País	7.679,87		

Digital:					
Atresplayer	96.912,08	Alayans	17.689,56	lavanguardia.com	6.063,46
RTVE Play	83.823,50	Instagram	10.618,81	Tiktok	5.746,71
YouTube	39.368,56	Facebook	9.297,26	Cadena Ser	3.557,44
Ivoox	39.368,56	ABC.es	8.778,01	expansion.com	3.301,39
Mitele	39.359,00	ElEconomista.es	8.753,96	X	2.457,61
Spotify	33.190,11	eldiario.es	8.539,45	vozipopuli.com	2.060,11
Delivery Media	32.813,02	El País.com	8.518,70	Cope	1.729,07
Grupo Vocento	32.254,59	20minutos.es	7.539,55	Onda Cero	891,93
Grupo Prensa Ibérica	24.612,79	El Mundo.es	6.671,86		
Exterior:					
Global	99.665,28				

MINISTERIO DE SANIDAD

Dirección General de Salud Pública y Equidad en Salud

PROMOCIÓN DE HÁBITOS SALUDABLES EN LA INFANCIA

Objetivo y sentido: PROMOCIÓN DE HÁBITOS SALUDABLES CON EL OBJETIVO FINAL DE REDUCIR LA OBESIDAD INFANTIL

Coste Total: 1.788.555,57

Inversión presupuestaria: Capítulo 2

Producción/creatividad: 125.827,9

Compra de medios: 1.646.876,67

Evaluación: 15.851,00

Periodo de ejecución: Del 10 de octubre al 5 de noviembre de 2025

Difusión: Nacional

Idioma: Castellano, catalán, gallego, euskera y valenciano

Población objetivo de la campaña: General e infantil/juvenil

Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

Adjudicatarios:

Producción/creatividad: Soporte Creativo Comunicación Positiva, S.L.: 125.827,90 €

Compra de Medios: Media Diamond, S.L.: 1.646.876,67 €

Evaluación: IMOP Insights, S.A.: 15.851,00 €

Plan de Medios:

Medios convencionales (1.646.876,67): Televisión: 486.422,82 (29,54%); Radio: 233.726,26 (14,19%); Medios gráficos: 61.915,42 (3,76%); Digital: 388.059,04 (23,56%); Exterior: 440.425,54 (26,74%); Cine: 36.327,59 (2,21%)

Televisión:					
Telecinco	119.685,17	Multi Atresmedia: Nova, Mega y Atreseries	32.676,05	TV de Cataluña (TV3)	4.705,39
Antena 3	117.946,56	NewixMedia-FORTA	16.062,75	La Rioja 7TV	3.495,57
La Sexta	92.371,40	Neox	12.810,88	Canal Extremadura TV	841,71
Pulsa TV	39.421,80	Navarra TV	4.924,44	TVE	0,00
Cuatro	36.574,22	Castilla y León TV (RTVCyL)	4.906,88		
Radio:					
Cadena Ser	184.988,36	RAC 1	38.045,88	Canal Sur Radio	10.692,02
Medios gráficos:					
Grupo Vocento	19.725,82	El País	10.368,49	Suplementos de El País	6.981,70
Marca	16.504,93	XL Semanal	8.334,48		
Digital:					
RTVE Play	62.089,45	20minutos.es	28.904,66	Instagram	14.017,97
YouTube	50.447,67	marca.com	27.953,80	Facebook	13.146,17
Grupo Vocento	36.005,52	Grupo Prensa Ibérica	24.387,14	mundodeportivo.com	11.262,96
Spotify	34.925,31	As.com	19.747,52	El Mundo.es	9.458,70
Cadena Ser	29.701,33	COPE	16.865,76	El País.com	9.145,08
Exterior:					
H2071	81.070,00	Exterior Plus	53.106,05	014 IN, S.L.	19.813,75
Urban Visión	64.619,75	Clear Channel España, S.L.U.	37.661,25	Clece OOH	16.274,50
Crazyvity	64.130,00	Gran Pantalla de Publicidad Exterior, S.L.	26.007,74		
Global	53.542,50	Callao City Lights	24.200,00		
Cine:					
014 MEDIA	36.327,59				
Observaciones: La difusión de la campaña ha sido cofinanciada por el Ministerio de Sanidad, Ministerio de Derechos Sociales, Consumo y Agenda 2030 (AESAN) y la Fundación FCSAI.					

MINISTERIO DE SANIDAD

Dirección General de Salud Pública y Equidad en Salud

SALUD Y CAMBIO CLIMÁTICO

Objetivo y sentido: SENSIBILIZACIÓN SOBRE LOS EFECTOS DEL CAMBIO CLIMÁTICO EN LA SALUD DE LA POBLACIÓN.

Coste Total: 96.996,50

Inversión presupuestaria: Capítulo 2

Producción/creatividad: 1.996,50

Compra de medios: 95.000,00

Evaluación: 0

Periodo de ejecución: Del 15 al 30 de julio de 2025

Difusión: Nacional

Idioma: Castellano, catalán, gallego, euskera y valenciano

Población objetivo de la campaña: General

Medidas accesibilidad: Subtitulación y lengua de signos

Adjudicatarios:

Producción/creatividad: Tropical S.C.: 1.996,5 €

Compra de Medios: Rebold Marketing, S.L.: 95.000,00 €

Plan de Medios:

Medios convencionales (95.000): Digital: 95.000 (100,00%)

Digital:

YouTube	35.435,01	Spotify	16.482,17
marca.com	33.534,99	Cadena Ser	9.547,83

Observaciones: Reutilizada la creatividad de la campaña SALUD Y MEDIO AMBIENTE, 2024

SALUD Y MUJER

Objetivo y sentido: VISIBILIZAR, SENSIBILIZAR Y MEJORAR EL CONOCIMIENTO SOBRE LOS PROBLEMAS DE SALUD DE LAS MUJERES. CONTRIBUIR A CONSTRUIR UNA EXPERIENCIA VITAL DE LA MENOPAUSIA QUE PERMITA A LAS MUJERES VIVIR CON MENOS SUFRIMIENTO Y DE UNA FORMA MÁS FELIZ ESTA ETAPA VITAL.

Coste Total: 439.983,07

Inversión presupuestaria: Capítulo 2

Producción/creatividad: 84.651,01

Compra de medios: 348.816,21

Evaluación: 6.515,85

Periodo de ejecución: Del 24 de febrero al 10 de marzo de 2025

Difusión: Nacional

Idioma: Castellano, catalán, gallego, euskera y valenciano

Población objetivo de la campaña: General y mujeres

Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

Adjudicatarios:

Producción/creatividad: Sapristi Estudio Creativo, S.L.: 84.651,01 €

Compra de Medios: Media Diamond, S.L.: 348.816,21 €

Evaluación: Memorandum Multimedia, S.L.: 6.515,85 €

Plan de Medios:

Medios convencionales (348.816,21): Televisión: 159.915,95 (45,85%); Digital: 65.802,97 (18,86%); Exterior: 123.097,29 (35,29%)

Televisión:					
Telecinco	51.416,52	Cuatro	15.803,97	TV de Cataluña (TV3)	2.329,25
Antena 3	32.701,01	La Sexta	13.258,42	TVE	0,00
Multi Atresmedia: Nova, Mega y Atreseries	17.058,43	NewixMedia-FORTA	6.095,15		
Pulsa TV	17.015,63	Neox	4.237,57		
Digital:					
El País.com	15.298,20	Spotify	6.587,76	Facebook	4.185,61
20minutos.es	13.716,01	Cadena Ser	6.567,07	Instagram	3.719,70
El Mundo.es	9.799,64	Youtube	5.928,98		
Exterior:					
Global	38.871,85	014 IN, S.L.	20.081,16	ABBA Exterior	11.616,00
Callao City Lights	32.670,00	iWall	13.269,83	Super 8 Media	6.588,45

MINISTERIO DE SANIDAD

Dirección General de Salud Pública y Equidad en Salud

PREVENCIÓN DEL VIH Y OTRAS INFECCIONES DE TRANSMISIÓN SEXUAL (ITS)

Objetivo y sentido: INFORMAR Y SENSIBILIZAR SOBRE LA IMPORTANCIA DE LA PREVENCIÓN DE LAS INFECCIONES DE TRANSMISIÓN SEXUAL (ITS) CON ESPECIAL ATENCIÓN A LA POBLACIÓN JOVEN Y ADULTOS/AS JÓVENES. PREVENCIÓN DEL VIH Y OTRAS ITS EN EL MARCO DEL DÍA DEL ORGULLO.

Coste Total: 222.988,33

Inversión presupuestaria: Capítulo 2

Producción/creatividad: 29.947,5

Compra de medios: 193.040,83

Evaluación: 0

Periodo de ejecución: Del 9 al 23 de junio de 2025 y del 23 de junio al 6 de julio de 2025

Difusión: Nacional

Idioma: Castellano, catalán, gallego, euskera y valenciano

Población objetivo de la campaña: General

Adjudicatarios:

Producción/creatividad: Love Drama, S.L.: 13.310,00 €; BBO, Mucho que Contar, S.L. : 9.680,00 €; Cachetejack: 6.957,50 €

Compra de Medios: Carat España, S.A.U.: 193.040,83 €

Plan de Medios:

Medios convencionales (193.040,83): Digital: 109.233,06 (56,59%); Exterior: 83.807,77 (43,41%)

Digital:					
Instagram	21.647,74	Spotify	14.560,45	marca.com	8.924,81
El País.com	19.136,96	Tiktok	10.013,66	As.com	5.501,64
YouTube	15.985,32	Cadena Ser	9.639,55	20minutos.es	3.822,93
Exterior:					
014 IN, S.L.	31.399,50	Global	26.998,27	Callao City Lights	25.410,00

MINISTERIO DE SANIDAD

Dirección General de Salud Pública y Equidad en Salud

PREVENCIÓN DEL TABAQUISMO Y PROTECCIÓN DE LA SALUD

Objetivo y sentido: SENSIBILIZAR SOBRE LOS EFECTOS DEL CONSUMO DE TABACO Y DE OTROS PRODUCTOS RELACIONADOS. INFORMAR SOBRE LOS AVANCES Y MEDIDAS RELACIONADAS CON LA ADOPCIÓN DEL PLAN NACIONAL DE PREVENCIÓN Y CONTROL DEL TABAQUISMO.

Coste Total: 180.370,50

Inversión presupuestaria: Capítulo 2

Producción/creatividad: 13.370,50

Compra de medios: 167.000,00

Evaluación: 0

Periodo de ejecución: Del 9 al 27 de septiembre de 2025

Difusión: Nacional

Idioma: Castellano, catalán, gallego, euskera y valenciano

Población objetivo de la campaña: General e infantil/juvenil

Medidas accesibilidad: Subtitulación y lengua de signos

Adjudicatarios:

Producción/creatividad: Tropical, S.C.: 13.370,50 €

Compra de Medios: Rebold Marketing, S.L.: 167.000,00 €

Plan de Medios:

Medios convencionales (167.000): Digital: 167.000 (100,00%)

Digital:

Spotify	33.400,02	El Español	19.983,26	mundodeportivo.com	15.400,94
marca.com	24.809,80	Tiktok	18.948,35	Twitch	11.616,00
Instagram	24.357,14	YouTube	18.484,49		

MINISTERIO DE SANIDAD

Comisionado de Salud Mental

PROMOCIÓN Y PROTECCIÓN DE LA SALUD MENTAL

Objetivo y sentido: SEÑALAR LOS DETERMINANTES SOCIALES QUE PUEDEN CONTRIBUIR A DESENCADENAR UN PROBLEMA DE SALUD MENTAL, PARA MITIGARLOS DESDE EL ORIGEN, IDENTIFICANDO LA CAUSA DEL MALESTAR E INVITANDO A TOMAR MEDIDAS QUE LO RESUELVAN.

Coste Total: 621.565,84

Inversión presupuestaria: Capítulo 2

Producción/creatividad: 96.060,81

Compra de medios: 518.989,18

Evaluación: 6.515,85

Periodo de ejecución: Del 26 de mayo al 13 de junio de 2025

Difusión: Nacional

Idioma: Castellano, catalán, gallego, euskera y valenciano

Población objetivo de la campaña: General

Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

Adjudicatarios:

Producción/creatividad: La Máquina de Humo, S.L.: 96.060,81 €

Compra de Medios: Zosmamedia, S.L.: 518.989,18 €

Evaluación: Memorándum Multimedia, S.L.: 6.515,85 €

Plan de Medios:

Medios convencionales (518.989,18): Televisión: 202.409,43 (39,00%); Radio: 158.465,33 (30,53%); Digital: 158.114,42 (30,47%)

Televisión:

Telecinco	37.009,51	Multi Atresmedia: Nova, Mega y Atreseries	16.942,19	Navarra TV	2.977,76
Antena 3	33.073,99	La Sexta	15.707,92	La Rioja 7TV	2.531,74
Pulsa TV	26.239,61	NewixMedia-FORTA	13.310,00	Castilla y León TV (RTVCyL)	2.510,48
MediaMax (FDF, Divinity, Energy y Be Mad)	23.488,60	Neox	4.462,93	Canal Extremadura TV	565,22
Cuatro	19.504,14	TV de Cataluña (TV3)	4.085,34	TVE	0,00

Radio:

Cadena Ser	158.465,33				
------------	------------	--	--	--	--

Digital:

Spotify	27.825,61	El Pais.com	13.255,89	Youtube	7.847,70
RTVE Play	27.225,00	As.com	12.651,53	Cope	6.956,40
marca.com	22.301,39	Pluto TV	12.595,60	Rakuten TV	2.872,40
Facebook	14.290,26	El Mundo.es	10.292,64		

MINISTERIO DE SANIDAD



Agencia Española de Medicamentos y Productos Sanitarios

INFORMACIÓN SOBRE EL USO PRUDENTE DE LOS ANTIBIÓTICOS

Objetivo y sentido: REDUCIR EL RIESGO DE DESARROLLO Y PROPAGACIÓN DE BACTERIAS RESISTENTES, FOMENTANDO EL USO PRUDENTE DE LOS ANTIBIÓTICOS, QUE SOLO SIRVEN PARA HACER FRENTE A LAS INFECCIONES BACTERIANAS NO A LAS VÍRICAS. ELIMINAR LOS COMPORTAMIENTOS QUE CONTRIBUYEN AL USO NO RESPONSABLE DE ESTOS MEDICAMENTOS, AUTOMEDICACIÓN INCUMPLIMIENTO TERAPÉUTICO Y PRESIÓN A LOS PROFESIONALES SANITARIOS PARA SU PRESCRIPCIÓN.

Coste Total: 534.129,14

Inversión presupuestaria: Capítulo 2

Producción/creatividad: 104.082,99

Compra de medios: 430.046,15

Evaluación: 0

Periodo de ejecución: Del 3 al 27 de noviembre de 2025

Difusión: Nacional

Idioma: Castellano, catalán, gallego, euskera y valenciano

Población objetivo de la campaña: general

Medidas accesibilidad: Subtitulación y lengua de signos

Adjudicatarios:

Producción/creatividad: STV 3.0, S.L.U.: 104.082,99 €

Compra de Medios: Fisherman Digital Solutions, S.L.: 430.046,15 €

Plan de Medios:

Medios convencionales (430.046,15): Digital: 430.046,15 (100,00%)

Digital:

Youtube	116.646,58	Grupo Prensa Ibérica	20.019,58	Grupo Unidad Editorial	6.216,58
Spotify	54.607,34	As.com	19.273,75	Grupo Prisa	6.149,02
RTVE Play	37.434,55	El País.com	11.628,99	Facebook	6.054,21
marca.com	31.379,31	El Mundo.es	11.471,29	Tiktok	5.505,35
Mediaset Infinity	25.523,83	Instagram	9.810,96	Control Viewability	2.402,85
Grupo Vocento	23.770,92	20minutos.es	9.475,82	Cadena Ser	1.272,47
Atresplayer	23.459,82	eldiario.es	7.504,87	Los 40	438,06

MINISTERIO DE SANIDAD



Agencia Española de Medicamentos y Productos Sanitarios-

LA EVIDENCIA CIENTÍFICA APLICADA A LA SALUD

Objetivo y sentido: SENSIBILIZAR SOBRE LA NECESIDAD DE APLICAR EL CONOCIMIENTO, LA EVIDENCIA Y EL RIGOR CIENTÍFICO SOBRE LAS ALTERNATIVAS TERAPÉUTICAS DISPONIBLES. ADVERTIR SOBRE EL RIESGO DE LA AUTOMEDICACIÓN Y SENSIBILIZAR SOBRE LOS EFECTOS NOCIVOS DE LAS ALTERNATIVAS TERAPÉUTICAS NO BASADAS EN LA EVIDENCIA CIENTÍFICA CON POSIBLES EFECTOS PERJUDICIALES PARA LA SALUD, LA PROTECCIÓN DE MEDIOAMBIENTE U OTROS ÁMBITOS.

Coste Total: 428.196,52

Inversión presupuestaria: Capítulo 2

Producción/creatividad: 48.400,00

Compra de medios: 379.796,52

Evaluación: 0

Periodo de ejecución: Del 24 de octubre al 7 de noviembre de 2025

Difusión: Nacional

Idioma: Castellano, catalán, gallego, euskera y valenciano

Población objetivo de la campaña: General

Medidas accesibilidad: Subtitulación y lengua de signos

Adjudicatarios:

Producción/creatividad: Madresanta Hub, S.L.: 48.400,00 €

Compra de Medios: Fisherman Digital Solutions, S.L.: 379.796,52 €

Plan de Medios:

Medios convencionales (379.796,52): Radio: 168.926,16 (44,48%); Digital: 210.870,36 (55,52%)

Radio:

Onda Cero Radio	82.056,15	COPE	27.659,62	
Cadena Ser	51.639,90	RAC 1	7.570,49	

Digital:

Spotify	40.898,00	As.com	14.268,28	Mitele	5.082,00
Cadena Ser	25.742,74	Tiktok	9.583,20	Atresplayer	4.235,00
marca.com	19.221,63	El País.com	8.548,30	Los 40	3.539,25
Instagram	19.166,40	20minutos.es	8.013,37	Pluto Tv	1.694,00
Facebook	19.166,40	El Mundo.es	7.810,53	Control Viewability	1.032,26
Youtube	15.972,00	RTVE Play	5.929,00	Cadena Dial	968,00

MINISTERIO DE DERECHOS SOCIALES, CONSUMO Y AGENDA 2030

Dirección General de Agenda 2030

AGENDA 2030: UN FUTURO POSIBLE

Objetivo y sentido: OFRECER UNA VISIÓN DE LA AGENDA 2030 COMO UNA HERRAMIENTA CAPAZ DE TRANSFORMAR Y GENERAR UNA SOCIEDAD MÁS SOSTENIBLE, JUSTA Y SOLIDARIA EN EL FUTURO INMEDIATO.

Coste Total: 66.550,00 **Inversión presupuestaria:** Capítulo 2

Producción/creatividad: 66.550,00 **Compra de medios:** 0 **Evaluación:** 0

Periodo de ejecución: No emitida en 2025

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

Población objetivo de la campaña: General

Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

Adjudicatarios: **Producción/creatividad:** La Máquina de Humo, S.L.: 66.550,00 €

Observaciones: Su difusión se ejecutará en 2026

Dirección General de Consumo

INFORMACIÓN SOBRE JUNTAS ARBITRALES DE CONSUMO

Objetivo y sentido: IMPULSAR EL CONOCIMIENTO Y USO DE LAS JUNTAS ARBITRALES DE CONSUMO NACIONAL, AUTONÓMICAS, PROVINCIALES, MANCOMUNALES Y LOCALES Y DAR A CONOCER LAS VENTAJAS DEL SISTEMA ARBITRAL DE CONSUMO.

Coste Total: 135.202,69 **Inversión presupuestaria:** Capítulo 2

Producción/creatividad: 21.780,00 **Compra de medios:** 113.422,69 **Evaluación:** 0

Periodo de ejecución: Del 29 de octubre al 14 de noviembre de 2025

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

Población objetivo de la campaña: General y personas consumidoras

Medidas accesibilidad: Subtitulación y audiodescripción

Adjudicatarios:

Producción/creatividad: Imagina Andalucía Exclusivas de Publicidad, S.L.: 21.780,00 €

Compra de Medios: Iki Media Solutions, S.L.: 113.422,69 €

Plan de Medios: Medios convencionales (113.422,69): Digital: 113.422,69 (100,00%)

Digital:

YouTube	38.550,76	Grupo Prisa	5.307,22	El Mundo.es	2.870,39
Grupo Vocento	13.979,65	Instagram	4.589,38	lavanguardia.com	2.740,64
As.com	7.510,24	marca.com	3.746,64	Tiktok	1.835,75
Grupo Henneo	6.879,71	ABC.es	3.591,62	eldiario.es	1.176,62
Grupo Prensa Ibérica	6.308,51	20minutos.es	3.521,71	Grupo Unidad Editorial	1.091,87
El País.com	5.766,55	mundodeportivo.com	3.037,55	Facebook	917,88

MINISTERIO DE DERECHOS SOCIALES, CONSUMO Y AGENDA 2030

Dirección General de Consumo

POR UN CONSUMO SOSTENIBLE

Objetivo y sentido: INFORMAR DE LOS AVANCES EN REGULACIÓN EUROPEA Y SU TRASLACIÓN A LA LEGISLACIÓN ESPAÑOLA, EN RELACIÓN CON EL DERECHO QUE ASISTE A LAS PERSONAS CONSUMIDORAS A REPARAR LOS BIENES QUE ADQUIEREN. EL OBJETIVO ES ALARGAR LA VIDA ÚTIL DE LOS MISMOS, REDUCIENDO TANTO LOS RESIDUOS COMO LA PRODUCCIÓN DE NUEVOS BIENES Y MEJORANDO EL IMPACTO AMBIENTAL COMO CONSECUENCIA DE SUS DECISIONES DE CONSUMO.

Coste Total: 582.301,07

Inversión presupuestaria: Capítulo 2

Producción/creatividad: 0

Compra de medios: 582.301,07

Evaluación: 0

Periodo de ejecución: Del 7 al 14 de noviembre de 2025

Difusión: Nacional

Idioma: Castellano, catalán, gallego, euskera y valenciano

Población objetivo de la campaña: General

Medidas accesibilidad: Subtitulación y audiodescripción

Adjudicatarios:

Compra de Medios: T20 Admedia Services, S.L.: 582.301,07 €

Plan de Medios:

Medios convencionales (582.301,07): Radio: 179.813,53 (30,88%); Medios gráficos: 53.578,34 (9,20%); Digital: 214.929,99 (36,91%); Exterior: 133.979,21 (23,01%)

Radio:

Cadena Ser	90.609,64	RAC 1	17.345,35	
Cadena 40 Principales	61.266,68	COPE	10.591,86	

Medios gráficos:

Grupo Vocento	16.821,18	El Mundo	8.524,79	Lecturas	5.670,06
El País	10.368,49	ABC	7.082,78	Semana	5.111,04

Digital:

YouTube	55.030,80	Instagram	6.044,19	sport.es	2.517,76
Ivoox	25.887,41	As.com	5.967,76	Publico.es	2.334,56
Delivery Media	20.179,90	Facebook	5.420,55	Grupo Prensa Ibérica	2.262,34
Spotify	20.105,30	Cadena Ser	4.797,37	deia.com	1.836,49
Grupo Prensa Ibérica	12.819,94	20minutos.es	4.752,77	elplural.com	1.325,67
El País.com	7.487,15	eldiario.es	4.380,47	Ara.cat	1.048,96
El Mundo.es	7.420,28	Delivery Media	3.561,16	Grupo Vocento	625,42
ABC.es	6.455,23	mundodeportivo.com	2.979,24	LOS 40	527,33
lavanguardia.com	6.191,29	Grupo Vocento	2.637,49	Infolibre.es	333,16

Exterior:

014 IN, S.L.	78.718,36	iWall	55.260,85	
--------------	-----------	-------	-----------	--

Observaciones: Se utiliza la creatividad de 2024.

MINISTERIO DE DERECHOS SOCIALES, CONSUMO Y AGENDA 2030

Dirección General de Ordenación del Juego

LA NATURALEZA Y RIESGOS DE LAS CAJAS BOTÍN

Objetivo y sentido: LOS MECANISMOS ALEATORIOS DE RECOMPENSA, TAMBIÉN CONOCIDOS COMO CAJAS BOTÍN O LOOTBOXES, QUE SE ENCUENTRAN EN ALGUNOS VIDEOJUEGOS, SI BIEN CONTIENEN CARACTERÍSTICAS MUY SIMILARES A LOS JUEGOS DE AZAR EN SU DISEÑO Y FORMA DE ACTIVACIÓN, SON, EN OCASIONES, DESCONOCIDOS Y BANALIZADOS POR FAMILIAS Y JUGADORES, AL IDENTIFICARLAS COMO UN COMPONENTE MÁS DEL JUEGO. EL OBJETO DE LA CAMPAÑA ES DAR A CONOCER LA VERDADERA NATURALEZA DE ESTE TIPO DE SOFTWARE Y LOS RIESGOS QUE PUEDE ENTRAÑAR SU USO.

Coste Total: 1.932.835,52

Inversión presupuestaria: Capítulo 2

Producción/creatividad: 210.903,00

Compra de medios: 1.721.932,52

Evaluación: 0

Periodo de ejecución: Del 15 de octubre al 5 de noviembre de 2025

Difusión: Nacional

Idioma: Castellano, catalán, gallego y euskera

Población objetivo de la campaña: Infantil/juvenil, padres, madres y tutores/as

Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

Adjudicatarios:

Producción/creatividad: Entretanto: 210.903,00 €

Compra de Medios: Media Sapiens Spain, S.L.: 1.721.932,52 €

Plan de Medios:

Medios convencionales (1.721.932,52): Televisión: 337.502,13 (19,60%); Radio: 325.740,48 (18,92); Medios gráficos: 219.000,43 (12,72%); Digital: 568.683,52 (33,03%); Exterior: 271.005,96 (15,74%)

Televisión:

HBO	52.290,57	MediaMax (FDF, Divinity, Energy y Be Mad)	32.507,86	Multi Atresmedia: Nova, Mega y Atreseries	18.702,37
Movistar Plus +	49.073,06	Telecinco	30.346,80	Pulsa TV	9.918,98
Netflix	45.770,39	Cuatro	22.840,57	NewixMedia-FORTA	7.368,90
Antena 3	42.554,49	La Sexta	19.805,89	Neox	6.322,25

Radio:

Cadena Ser	117.086,99	Onda Cero Radio	56.029,05	Cadena 100	27.423,20
COPE	82.459,08	Cadena 40 Principales	42.742,16		

Medios gráficos:

Grupo Vocento	62.543,16	El País	7.127,51	La Vanguardia	3.125,43
Grupo Prensa Ibérica	59.526,74	20 Minutos	4.827,90	Computer Hoy	2.274,80
Grupo Alayans	46.488,87	El Mundo	4.068,65	Hobby Consolas	2.020,70
Delivery Media	23.616,24	ABC	3.380,43		

Digital:					
Spotify	115.067,27	Cadena Ser	11.000,64	mundodeportivo.com	6.736,11
YouTube	57.656,50	marca.com	10.536,28	ABC.Es	6.332,07
Delivery Media	48.249,77	El Español	9.832,70	Cope	5.876,97
Grupo Vocento	46.592,09	20minutos.es	9.314,08	Onda Cero	3.217,58
Grupo Prensa Ibérica	41.223,52	As.com	8.468,75	sport.es	3.087,12
Ivoox	34.593,90	El Confidencial	8.170,13	LOS 40	1.794,61
Instagram	32.511,35	El Mundo.es	8.031,81	Cadena 100	565,15
Alayans	29.980,05	X	7.775,94	Cadena Dial	530,61
Facebook	29.070,15	eldiario.es	7.529,95	Europa FM	322,76
Tiktok	17.127,31	El País.com	7.488,35		
Exterior:					
iWall	82.802,04	Global	57.708,29		
014 IN, S.L.	78.272,63	Gran Pantalla de Publicidad Exterior, S.L.	52.223,00		

MINISTERIO DE DERECHOS SOCIALES, CONSUMO Y AGENDA 2030

Secretaría de Estado de Derechos Sociales

SENSIBILIZACIÓN SOBRE LOS SERVICIOS PÚBLICOS DE DEPENDENCIA Y LA ATENCIÓN CENTRADA EN LA PERSONA

Objetivo y sentido: MEJORAR EL CONOCIMIENTO ACERCA DE LOS SERVICIOS Y PRESTACIONES OFERTADOS POR EL SISTEMA PARA LA AUTONOMÍA PERSONAL, ATENCIÓN A LA DEPENDENCIA Y EL CAMBIO DE MODELO DE CUIDADOS, EN COHERENCIA CON LA "ESTRATEGIA ESTATAL PARA UN NUEVO MODELO DE CUIDADOS EN LA COMUNIDAD. UN PROCESO DE DESINSTITUCIONALIZACIÓN".

Coste Total: 2.015.975,11

Inversión presupuestaria: Capítulo 2

Producción/creatividad: 120.395,00

Compra de medios: 1.895.580,11

Evaluación: 0

Periodo de ejecución: Del 19 al 30 de junio de 2025

Difusión: Nacional

Idioma: Castellano, catalán, gallego y euskera

Población objetivo de la campaña: General, tercera edad y población trabajadora

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

Adjudicatarios:

Producción/creatividad: Adsolut, S.L.: 120.395,00 €

Compra de Medios: Media Sapiens Spain, S.L.: 1.895.580,11 €

Plan de Medios:

Medios convencionales (1.895.580,11): Televisión: 516.915,45 (27,27%); Radio: 598.588,05 (31,58%); Medios gráficos: 400.447,29 (21,13%); Digital: 379.629,32 (20,03%)

Televisión:					
NewixMedia-FORTA	114.306,28	La Sexta	30.723,59	TV de Cataluña (TV3)	16.511,06
Pulsa TV	75.357,89	Castilla y León TV (RTVCyL)	28.420,18	La Rioja 7TV	14.007,57
Antena 3	55.886,63	Cuatro	27.301,71	Navarra TV	13.228,14
Telecinco	51.169,33	Multi Atresmedia: Nova, Mega y Atreseries	24.943,06	Neox	10.730,04
MediaMax (FDF, Divinity, Energy y Be Mad)	34.683,20	La 8 Mediterráneo	17.826,02	Canal Extremadura TV	1.820,75
Radio:					
Cadena Ser	352.736,54	Canal Sur Radio	8.982,94	Aragón Radio	2.081,08
Cadena 40 Principales	129.936,58	Radio Euskadi	6.275,25	Radio Illes Balears (IB3 Radio)	864,45
RAC 1	65.688,66	Canal Fiesta (Canal Sur)	5.483,33		
Cataluña Información (Cataluña Radio)	23.599,79	Radio Gallega (RG)	2.939,43		
Medios gráficos:					
Grupo Vocento	67.727,72	ABC	29.677,48	As	10.743,59
Grupo Alayans	62.402,48	Marca	26.633,09	Hola	3.496,90
El País	56.431,38	20 Minutos	18.718,70	Semana	3.153,26
Grupo Prensa Ibérica	48.696,78	La Vanguardia	18.498,48		
El Mundo	38.493,83	Delivery Media	15.773,60		
Digital:					
Ivoox	43.170,61	El País.com	15.038,47	El Confidencial	9.165,90
Youtube	39.869,74	Instagram	14.334,25	Cadena Ser	9.116,60
Delivery Media	39.104,60	Facebook	13.574,57	Alayans	8.239,55
Spotify	38.727,09	lavanguardia.com	11.353,31	Publico.es	1.458,41
Grupo Vocento	32.573,63	20minutos.es	11.294,22	Podium	686,11
Grupo Prensa Ibérica	26.822,98	El Español	10.569,12	Infolibre.es	366,28
Exte	19.352,77	ABC.es	9.467,68		
El Mundo.es	16.130,91	eldiario.es	9.212,52		
Observaciones: Campaña financiada con fondos PRTR					

MINISTERIO DE DERECHOS SOCIALES, CONSUMO Y AGENDA 2030

Dirección General de Derechos de los Animales

BUENOS VECINOS

Objetivo y sentido: INFORMAR A LA POBLACIÓN ESPAÑOLA SOBRE ALGUNAS OBLIGACIONES RECOGIDAS EN LA LEY 7/2023 RELATIVAS A LA IDENTIFICACIÓN DE ANIMALES DE COMPAÑÍA Y SOBRE LA ESTERILIZACIÓN DE LOS GATOS ANTES DE LOS SEIS MESES DE EDAD.

Coste Total: 565.130,45

Inversión presupuestaria: Capítulo 2

Producción/creatividad: 78.226,5

Compra de medios: 486.903,95

Evaluación: 0

Periodo de ejecución: Del 13 de octubre al 2 de noviembre de 2025

Difusión: Nacional

Idioma: Castellano

Población objetivo de la campaña: General

Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

Adjudicatarios:

Producción/creatividad: Inn 360, S.L.: 78.226,50 €

Compra de Medios: T20 Admedia Services, S.L.: 486.903,95 €

Plan de Medios:

Medios convencionales (486.903,95): Radio: 124.952,07 (25,66%); Medios gráficos: 88.767,51 (18,23%); Digital: 148.501,32 (30,50%); Exterior: 124.683,05 (25,61%)

Radio:

Cadena Ser	70.902,07	RAC 1	16.938,57	Radio Euskadi	1.914,14
Cadena 40 Principales	29.817,50	Canal Sur Radio	3.913,87	Radio Gallega (RG)	1.465,92

Medios gráficos:

Grupo Vocento	19.181,84	Expansión	6.298,78	Cinco Días	2.700,72
Grupo Alayans	11.238,84	Grupo Prensa Ibérica	5.682,52	El Economista	2.504,70
El País	9.897,20	El Mundo	5.424,87	Expansión	1.681,84
Delivery Media	9.776,15	20 Minutos	3.290,60	El Economista	1.364,88
ABC	6.522,92	La Vanguardia	3.201,65		

Digital:

Delivery Media	17.432,62	Spotify	8.589,97	El Español	3.599,67
IVOOX	16.500,00	Publico.es	6.000,00	20minutos.es	3.495,36
Grupo Prensa Ibérica	13.887,68	marca.com	5.878,97	ABC.es	3.365,78
Grupo Vocento	13.679,70	El País.com	5.006,68	eldiario.es	3.078,86
YouTube	12.000,00	As.com	4.084,80	El Confidencial	2.813,30
Instagram	10.180,11	El Mundo.es	4.047,00	Cadena Ser	1.910,03
Facebook	9.319,89	lavanguardia.com	3.630,90		

Exterior:

Exterior Plus	68.477,29	Global Media & Entertainment	56.205,76		
---------------	-----------	------------------------------	-----------	--	--

MINISTERIO DE DERECHOS SOCIALES, CONSUMO Y AGENDA 2030

Dirección General de Diversidad Familiar y Servicios Sociales

SENSIBILIZACIÓN SOBRE LA SOLEDAD

Objetivo y sentido: SENSIBILIZAR SOBRE LA NECESIDAD DE ARTICULAR COMUNIDADES QUE REDUZCAN EL IMPACTO DE LA SOLEDAD NO DESEADA, UNA PROBLEMÁTICA SOCIAL QUE AFECTA CADA VEZ A MÁS PERSONAS MAYORES, PERO NO SOLO ESTE COLECTIVO, Y QUE TIENE GRANDES IMPACTOS EN EL BIENESTAR, LA SALUD MENTAL Y LA EXCLUSIÓN DE AQUELLAS PERSONAS QUE LA PADECEN.

Coste Total: 125.235,00

Inversión presupuestaria: Capítulo 2

Producción/creatividad: 125.235,00

Compra de medios: 0

Evaluación: 0

Periodo de ejecución: No emitida en 2025

Difusión: Nacional

Idioma: Castellano, catalán, gallego, euskera y valenciano

Población objetivo de la campaña: General, tercera edad y población trabajadora

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

Adjudicatarios:

Producción/creatividad: Una de Bravas, S.L.: 125.235,00 €

Observaciones: La difusión se ejecutará en 2025.

MINISTERIO DE CIENCIA, INNOVACIÓN Y UNIVERSIDADES

Secretaría General de Innovación

PREMIOS NACIONALES DE INNOVACIÓN Y DE DISEÑO

Objetivo y sentido: DIFUSIÓN DE LA CONVOCATORIA DE LOS PREMIOS.

Coste Total: 5.989,50

Inversión presupuestaria: Capítulo 2

Producción/creatividad: 0

Compra de medios: 5.989,50

Evaluación: 0

Periodo de ejecución: Del 10 al 17 de marzo de 2025 y del 27 al 30 de marzo de 2025

Difusión: Nacional

Idioma: Castellano

Población objetivo de la campaña: General, empresarios/as y población trabajadora

Adjudicatarios:

Compra de Medios: Media Diamond, S.L.: 5.989,50 €

Plan de Medios:

Medios convencionales (5.989,50): Digital: 5.989,50 (100,00%)

Digital:

lavanguardia.com

5.989,5

MINISTERIO DE CIENCIA, INNOVACIÓN Y UNIVERSIDADES**Secretaría General de Investigación****PREMIOS NACIONALES DE INVESTIGACIÓN
Y PREMIOS NACIONALES DE INVESTIGACIÓN PARA JÓVENES 2025**

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

Coste Total: 6.534,00

Inversión presupuestaria: Capítulo 2

Producción/creatividad: 0

Compra de medios: 6.534,00

Evaluación: 0

Periodo de ejecución: Del 25 de junio al 5 de julio de 2025

Difusión: Nacional

Idioma: Castellano

Población objetivo de la campaña: Comunidad científica

Adjudicatarios: Compra de Medios: Compra directa: 6.534,00 €

Plan de Medios: Medios convencionales (6.534,00): Digital: 6.534,00 (100,00%)

Digital:

El Mundo.es

6.534,00

Secretaría General de Universidades**CERTAMEN ARQUÍMEDES DE INTRODUCCIÓN A LA INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA**

Objetivo y sentido: FOMENTAR LA INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA ENTRE LOS ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS

Coste Total: 0

Producción/creatividad: 0

Compra de medios: 0

Evaluación: 0

Periodo de ejecución: Del 3 de febrero al 30 de abril de 2025

Difusión: Nacional

Idioma: Castellano

Población objetivo de la campaña: Estudiantes

Plan de Medios: Medios no convencionales (0): nota de prensa

CERTAMEN JÓVENES INVESTIGADORES

Objetivo y sentido: DIFUNDIR ENTRE LOS ESTUDIANTES LA CONVOCATORIA DE LOS PREMIOS

Coste Total: 0

Producción/creatividad: 0

Compra de medios: 0

Evaluación: 0

Periodo de ejecución: Del 3 de febrero al 30 de abril de 2025

Difusión: Nacional

Idioma: Castellano

Población objetivo de la campaña: Estudiantes

Plan de Medios: Medios no convencionales (0): nota de prensa

MINISTERIO DE CIENCIA, INNOVACIÓN Y UNIVERSIDADES



Centro para el Desarrollo Tecnológico y la Innovación, E.P.E (CDTI)

PROGRAMAS E INSTRUMENTOS PÚBLICOS DE APOYO A LA I+D EMPRESARIAL Y LA INNOVACIÓN

Objetivo y sentido: DIVULGAR ENTRE LOS POTENCIALES BENEFICIARIOS (EMPRESAS, ENTIDADES, PYMES, ORGANISMOS DE INVESTIGACIÓN APLICADA) LAS AYUDAS Y PROGRAMAS DE APOYO PÚBLICO ENFOCADOS EN EL IMPULSO DE LA ACTIVIDAD EMPRESARIAL BASADA EN CONOCIMIENTO.

Coste Total: 848.058,66

Inversión presupuestaria: Capítulo 2

Producción/creatividad: 0

Compra de medios: 848.058,66

Evaluación: 0

Periodo de ejecución: Del 1 al 30 de noviembre de 2025

Difusión: Nacional

Idioma: Castellano, catalán, gallego, euskera y valenciano

Población objetivo de la campaña: General

Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

Adjudicatarios:

Compra de Medios: T20 Admedia Services, S.L.: 848.058,66 €

Plan de Medios:

Medios convencionales (848.058,66): Radio: 248.327,54 (29,28%); Medios gráficos: 213.367,49 (25,16%); Digital: 386.363,63 (45,56%)

Radio:

Cadena Ser	89.607,03	RAC 1	28.885,42	Capital Radio	3.359,02
Cadena 40 Principales	57.505,65	Radio Intereconomía	9.096,18		
Cadena 100	55.852,39	COPE	4.021,85		

Medios gráficos:

Grupo Vocento	45.875,94	Expansión	18.838,97	La Vanguardia	10.222,08
Grupo Alayans	35.420,09	El Mundo	12.201,45	Cinco Días	7.750,05
Grupo Prensa Ibérica	31.363,20	Delivery Media	11.620,56	El Economista	7.665,35
El País	21.605,76	ABC	10.804,04		

Digital:

Spotify	92.472,70	Instagram	10.418,29	Cadena 100	741,67
Ivoox	85.000,00	El País.com	10.098,58	Cadena Dial	588,92
Youtube	77.272,73	Facebook	8.899,88	El Referente	161,41
Delivery Media	17.230,32	ABC.es	8.866,76	Retema	145,20
Grupo Prensa Ibérica	15.938,83	20minutos.es	8.555,81	Actualidad Aeroespacial	121,00
Cadena Ser	14.995,93	marca.com	4.834,78	Redacción Médica	60,50
Grupo Vocento	13.194,49	As.com	2.892,48	Alimarket	24,20
El Mundo.es	11.115,23	LOS 40	2.733,92		

Observaciones: Campaña financiada con fondos FEDER

MINISTERIO DE IGUALDAD

Secretaría de Estado de Igualdad y para la Erradicación de la Violencia contra las Mujeres

PROMOCIÓN DE LA IGUALDAD DE GÉNERO REAL Y EFECTIVA - 8M

Objetivo y sentido: SENSIBILIZAR A LA POBLACIÓN SOBRE EL PAPEL DE LAS MUJERES COMO MOTOR ESENCIAL PARA LOGRAR LA TRANSFORMACIÓN SOCIAL EN TODOS SUS ÁMBITOS Y REIVINDICAR LA LUCHA QUE TODAVÍA ES NECESARIA PARA CONSEGUIR LA IGUALDAD REAL Y EFECTIVA.

Coste Total: 1.826.793,59

Inversión presupuestaria: Capítulo 6

Producción/creatividad: 369.457,47

Compra de medios: 1.443.306,17

Evaluación: 14.029,95

Periodo de ejecución: Del 5 al 23 de marzo de 2025

Difusión: Nacional

Idioma: Castellano, catalán, gallego, euskera y valenciano

Población objetivo de la campaña: General

Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

Adjudicatarios:

Producción/creatividad: Ogilvy & Mather Publicidad Madrid, S.A.U.: 369.457,47 €

Compra de Medios: T20 Admedia Services, S.L.: 1.443.306,17 €

Evaluación: Memorándum Multimedia, S.L.: 14.029,95 €

Plan de Medios:

Medios convencionales (1.443.306,17): Televisión: 403.893,53 (27,98%); Radio: 325.548,55 (22,56%); Medios gráficos: 294.780,57 (20,42%); Digital: 262.099,81 (18,16%); Exterior: 156.983,71 (10,88%)

Televisión:

Antena 3	69.272,32	Cuatro	29.781,68	Pulsa TV	13.279,99
Movistar Plus +	59.798,20	Multi Atresmedia: Nova, Mega y Atreseries	26.913,24	Neox	9.768,45
Telecinco	53.419,13	Navarra TV	16.644,09	NewixMedia-FORTA	7.581,56
MediaMax (FDF, Divinity, Energy y Be Mad)	44.976,21	La Rioja 7TV	16.278,13	Canal Extremadura TV	2.707,30
La Sexta	37.554,17	Castilla y León TV (RTVCyL)	15.919,06	TVE	0,00

Radio:

Cadena Ser	156.079,84	RAC 1	34.466,85	Radio Euskadi	5.152,06
Cadena 40 Principales	116.235,12	Canal Sur Radio	9.887,25	Radio Gallega (RG)	3.727,43

Medios gráficos:

Grupo Vocento	47.808,79	Suplementos de El País	18.972,80	La Vanguardia	10.115,60
Grupo Cerca	32.340,88	El Mundo	15.142,30	20 Minutos	9.401,70
Grupo Alayans	30.813,86	Grupo Delivery Media	13.965,92	Mundo Deportivo	9.033,26
Marca	24.623,14	As	13.691,15	Sport	4.534,84
XL Semanal	22.874,08	ABC	10.365,25		
El País	20.890,65	Suplemento de La Vanguardia	10.206,35		

Digital:					
Grupo Vocento	42.812,98	eldiario.es	8.884,10	Los 40	2.322,00
Grupo Prensa Ibérica	37.230,93	lavanguardia.com	8.166,16	RTVE Play	1.799,20
YouTube	35.100,01	El Español	7.666,89	Publico.es	1.427,21
Vidoomy	21.600,00	Spotify	4.644,00	elplural.com	1.024,39
El País.com	20.560,07	Diaridetarragona.com	4.133,32	El Adelantado.com	780,22
Cadena Ser	16.253,52	Instagram	4.112,85	Ara.cat	566,63
20minutos.es	11.744,54	Facebook	3.987,16	Diario del Altoaragón	368,35
El Mundo.es	9.838,62	Heraldo.es	3.652,28	Infolibre.es	351,19
ABC.es	9.813,12	Lavozdealmeria.com	3.260,07		
Exterior:					
Global	61.777,88	Zercana Consulting, S.L.	57.226,95	Clece Ooh	37.978,88

MINISTERIO DE IGUALDAD

Secretaría de Estado de Igualdad y para la Erradicación de la Violencia contra las Mujeres

DIVULGACIÓN Y CONCIENCIACIÓN EN MATERIA DE EDUCACIÓN AFECTIVO-SEXUAL LIBRE DE VIOLENCIAS Y ESTEREOTIPOS SEXISTAS

Objetivo y sentido: PROMOVER UNA EDUCACIÓN SEXUAL BASADA EN VALORES FEMINISTAS, SOBRE LA BASE DE LA IGUALDAD Y DEL BUEN TRATO, ASÍ COMO DERRIBAR ROLES Y ESTEREOTIPOS DE GÉNERO.

Coste Total: 998.636,28

Inversión presupuestaria: Capítulo 6

Producción/creatividad: 255.767,38

Compra de medios: 742.868,9

Evaluación: 0

Periodo de ejecución: Del 22 de octubre al 7 de noviembre de 2025

Difusión: Nacional

Idioma: Castellano, catalán, gallego, euskera y valenciano

Población objetivo de la campaña: General e infantil/juvenil

Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

Adjudicatarios:

Producción/creatividad: Ogilvy & Mather Publicidad Madrid, S.A.U.: 255.767,38 €

Compra de Medios: Nova Sapiens, S.L.: 742.868,90 €

Plan de Medios:

Medios convencionales (742.868,90): Televisión: 180.395,17 (24,28%); Radio: 132.195,52 (17,80%); Medios gráficos: 97.649,76 (13,14%); Digital: 251.701,23 (33,88%); Exterior: 80.927,22 (10,89%)

Televisión:

Movistar Plus +	38.161,59	Antena 3	9.729,61	La Rioja 7TV	5.529,70
Otras temáticas de pago	31.975,96	Cuatro	8.782,66	Navarra TV	5.187,57
Castilla y León TV (RTVCyL)	17.531,39	Multi Atresmedia: Nova, Mega y Atraserries	7.700,44	Canal Extremadura TV	1.167,65
La Sexta	11.176,04	Pulsa TV	7.446,34	La 8 Mediterráneo	1.050,28
MediaMax (FDF, Divinity, Energy y Be Mad)	11.071,98	Neox	7.367,45	TV de Cataluña (TV3)	525,75
Telecinco	10.353,97	NewixMedia-FORTA	5.636,79	TVE	0,00

Radio:					
Cadena 40 Principales	42.905,39	Cadena Ser	26.321,25	Onda Cero Radio	15081,44
Cadena 100	27.665,44	COPE	20.222,00		
Medios gráficos:					
Marca	24.584,39	As	10.011,54	Sport	6.530,95
El País	16.966,62	20 Minutos	9.454,41	Mundo Deportivo	5.706,36
El Mundo	12.663,33	La Vanguardia	9.263,76	Computer Hoy	2.468,40
Digital:					
Movistar	53.390,78	Delivery Media	21.037,68	El País.com	4.782,63
Mitele	36.161,00	Grupo Vocento	14.955,60	Tiktok	4.710,76
Atresplayer	32.976,05	RTVE Play	7.601,70	eldiario.es	4.112,16
Spotify	27.687,14	Instagram	6.055,45	20minutos.es	3.180,94
YouTube	27.687,14	El Mundo.es	5.543,34	Facebook	1.818,86
Exterior:					
014 IN, S.L.	80.927,22				

MINISTERIO DE IGUALDAD

Secretaría de Estado de Igualdad y para la Erradicación de la Violencia contra las Mujeres

IGUALDAD SOCIAL Y LABORAL

Objetivo y sentido: DIFUNDIR LA IMPORTANCIA DE LA IGUALDAD EN EL EMPLEO; PROMOVRIENDO LOS DERECHOS DE CUIDADOS, CONCILIACIÓN, CORRESPONSABILIDAD, COEDUCACIÓN, LA PARIDAD, LA LUCHA CONTRA LOS ESTEREOTIPOS Y OTRAS HERRAMIENTAS DE IGUALDAD QUE PUEDEN MEJORAR EL BIENESTAR SOCIAL, LA CONVIVENCIA DEMOCRÁTICA, LOS DERECHOS HUMANOS Y EN CONSECUENCIA, LA IGUALDAD EN NUESTRO PAÍS.

Coste Total: 1.455.738,45

Inversión presupuestaria: Capítulo 6

Producción/creatividad: 256.197,54

Compra de medios: 1.199.540,91

Evaluación: 0

Periodo de ejecución: Del 8 al 28 de septiembre de 2025

Difusión: Nacional

Idioma: Castellano, catalán, gallego, euskera y valenciano

Población objetivo de la campaña: General

Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

Adjudicatarios:

Producción/creatividad: Ogilvy & Mather Publicidad Madrid, S.A.U.: 256.197,54 €

Compra de Medios: T20 Admedia Services, S.L.: 1.199.540,91 €

Plan de Medios:

Medios convencionales (1.199.540,91): Televisión: 348.258,37 (29,03%); Radio: 246.553,00 (20,55%); Medios gráficos: 159.787,88 (13,32%); Digital: 277.505,30 (23,13%); Exterior: 167.436,36 (13,96%)

Televisión:					
Amazon Prime	73.685,32	Multi Atresmedia: Nova, Mega y Atreseries	18.247,28	Neox	7.513,01
Movistar Plus +	49.299,03	Cuatro	16.964,32	NewixMedia-FORTA	5.473,44
Antena 3	41.459,32	Castilla y León TV (RTVCyL)	15.020,94	Canal Extremadura TV	3.100,02
Telecinco	36.234,54	Pulsa TV	11.846,66	TV de Cataluña (TV3)	1.865,82
MediaMax (FDF, Divinity, Energy y Be Mad)	26.694,84	La Rioja 7TV	9.825,68	TVE	0,00
La Sexta	23.497,35	Navarra TV	7.530,80		
Radio:					
Cadena Ser	95.161,18	Cadena Dial	27.996,38	Radio Euskadi	2.858,41
Cadena 40 Principales	59.975,95	RAC 1	22.731,79	Radio Gallega (RG)	2.104,38
Cadena 100	29.734,54	Canal Sur Radio	5.990,37		
Medios gráficos:					
Grupo Vocento	28.772,76	ABC	9.784,37	20 Minutos	3.290,60
Grupo Alayans	22.477,69	El Mundo	9.724,32	Sport	2.906,90
Grupo Cerca	21.889,02	As	8.677,52	Coches	2.678,59
Marca	21.833,71	La Vanguardia	6.301,68	Motos 2000	1.175,66
El País	14.576,87	Mundo Deportivo	5.698,19		
Digital:					
RTVE Play	131.030,31	Cadena Ser	5.524,54	El Confidencial	3.403,54
YouTube	27.878,79	El Español	5.488,17	As.com	3.396,80
Spotify	18.894,40	El País.com	4.989,43	eldiario.es	3.252,34
Delivery Media	13.072,50	marca.com	4.966,84	LOS 40	456,56
Grupo Prensa Ibérica	10.793,21	El Mundo.es	4.690,63	Cadena 100	120,94
Instagram	9.898,54	20minutos.es	4.057,28	Cadena Dial	94,46
Facebook	9.616,61	ABC.es	3.889,10		
Grupo Vocento	8.401,13	lavanguardia.com	3.589,18		
Exterior:					
Global	128.067,7	Promedios	39.368,66		

MINISTERIO DE IGUALDAD

Delegación del Gobierno contra la Violencia de Género

CONCIENCIACIÓN SOCIAL CONTRA LAS DISTINTAS FORMAS DE VIOLENCIA CONTRA LAS MUJERES DURANTE 2025

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

Coste Total: 5.236.403,18

Inversión presupuestaria: Capítulo 6

Producción/creatividad: 667.143,79

Compra de medios: 4.569.259,39

Evaluación: 0

Periodo de ejecución: Del 4 al 24 de agosto de 2025 y del 29 de noviembre al 14 de diciembre de 2025

Difusión: Nacional

Idioma: Castellano, catalán, gallego, euskera y valenciano

Población objetivo de la campaña: General e infantil/juvenil

Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

Adjudicatarios:

Producción/creatividad: Ogilvy & Mather Publicidad Madrid, S.A.U.: 667.143,79 €

Compra de Medios: T20 Admedia Services, S.L.: 4.569.259,39 €

Plan de Medios:

Medios convencionales (4.569.259,39): Televisión: 1.029.829,13 (22,54%); Radio: 1.006.716,30 (22,03%); Medios gráficos: 852.864,82 (18,67%); Digital: 1.011.225,00 (22,13%); Exterior: 668.624,14 (14,63%)

Televisión:

Antena 3	393.115,33	Multi Atresmedia: Nova, Mega y Atraserries	98.848,47	TV de Cataluña (TV3)	2.686,38
Telecinco	152.108,64	Cuatro	90.702,47	TVE	0,00
MediaMax (FDF, Divinity, Energy y Be Mad)	149.676,41	Neox	24.594,58		
La Sexta	105.748,37	NewixMedia-FORTA	12.348,48		

Radio:

Cadena Ser	302.065,91	Cadena 100	41.730,48	Megastar FM	12.777,60
Cadena 40 Principales	264.386,40	Cadena Dial	40.370,32	HIT FM	12.613,25
Europa FM	79.852,74	Los40 Urban	38.825,75	Canal Sur Radio	11.723,45
RAC 1	72.977,07	KISS FM	32.514,78	Radio Gallega (RG)	6.175,74
Onda Cero Radio	57.771,45	Cadena Rock FM	27.333,90	Radio Euskadi	5.597,46

Medios gráficos:

Grupo Vocento	141.959,57	As	31.628,49	Hola	19.674,60
Grupo Prensa Ibérica	114.260,30	ABC	28.571,17	Sport	17.129,63
Grupo Alayans	92.285,89	La Vanguardia	27.381,09	Suplemento de La Vanguardia	16.610,88
Marca	89.364,44	Diez Minutos	25.773,00	Pronto	15.609,00
El País	52.158,56	Mundo Deportivo	24.280,32	Semana	15.333,13
El Mundo	37.594,63	Lecturas	22.680,24	20 Minutos	13.104,30
Delivery Media	35.093,97	XL Semanal	19.804,55	Suplementos de El País	12.567,06

Digital:					
Youtube	202.245,00	As.com	28.857,52	Cadena Ser	16.446,81
Spotify	132.666,18	marca.com	27.723,40	sport.es	10.627,79
Delivery Media	114.944,88	El País.com	26.024,51	eldiario.es	5.633,16
Instagram	62.976,09	El Mundo.es	25.491,78	LOS 40	2.570,76
Grupo Vocento	62.533,68	ABC.es	23.731,46	Publico.es	2.382,98
Grupo Prensa Ibérica	55.888,94	lavanguardia.com	21.776,17	elplural.com	1.579,17
Vidoomy	53.817,86	El Confidencial	21.619,27	Ara.cat	1.451,16
Facebook	38.146,42	20minutos.es	20.312,42	Infolibre.es	768,83
El Español	32.656,22	mundodeportivo.com	18.352,54		
Exterior:					
014 IN, S.L.	272.330,84	iWall	95.287,50	H2071	51.046,88
Exterior Plus	161.384,10	Global	88.574,82		

MINISTERIO DE IGUALDAD

Dirección General para la Igualdad de Trato y No Discriminación y contra el Racismo

SENSIBILIZACIÓN SOCIAL CONTRA EL RACISMO Y LA DISCRIMINACIÓN RACIAL

Objetivo y sentido: COINCIDIENDO CON EL DÍA INTERNACIONAL DE LA ELIMINACIÓN DE LA DISCRIMINACIÓN RACIAL, SE PRETENDE CONCIENCIAR A LA CIUDADANÍA SOBRE LA NECESIDAD DE DESARROLLAR POLÍTICAS PÚBLICAS A FAVOR DE LA IGUALDAD DE TRATO Y PONER EN VALOR LA RIQUEZA DE UNA SOCIEDAD DIVERSA E INCLUYENTE.

Coste Total: 1.170.952,3

Inversión presupuestaria: Capítulo 6

Producción/creatividad: 82.280,00

Compra de medios: 1.088.672,30

Evaluación: 0

Periodo de ejecución: Del 21 de septiembre al 11 de octubre de 2025

Difusión: Nacional

Idioma: Castellano, catalán, gallego, euskera, valenciano, inglés y francés

Población objetivo de la campaña: General

Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

Adjudicatarios:

Producción/creatividad: Dynamo Video, S.L. : 0,00 €; Telefónica Broadcast Services, S.L.U.: 82.280,00 €

Compra de Medios: Mindshare Spain, S.A.: 1.088.672,30 €

Plan de Medios:

Medios convencionales (1.086.012,09): Televisión: 327.813,41 (30,19%); Radio: 180.907,52 (16,66%); Digital: 358.612,41 (33,02%); Exterior: 195.733,52 (18,02%); Cine: 22.945,23 (2,11%)

Televisión:					
Antena 3	62.857,08	Multi Atresmedia: Nova, Mega y Atreseries	26.603,36	La Rioja 7TV	2.122,58
MediaMax (FDF, Divinity, Energy y Be Mad)	43.131,82	Movistar Plus +	22.723,56	Navarra TV	1.709,08
Telecinco	43.065,68	Neox	7.916,12	TV Canaria	1.524,24
La Sexta	40.182,29	TV de Cataluña (TV3)	7.692,91	TVE	0,00
NewixMedia-FORTA	32.726,26	Castilla y León TV (RTVCyL)	4.837,56		
Cuatro	28.357,74	Canal Extremadura TV	2.363,13		
Radio:					
Cadena Ser	81.219,10	Cadena 40 Principales	22.060,80	Cadena Radiolé	2.002,42
COPE	65.166,70	Cadena 100	10.458,50		
Digital:					
Netflix	79.829,75	Atresplayer	7.061,23	lavanguardia.com	2.673,61
Amazon Prime Video	73.265,50	Tiktok	5.925,62	ABC.es	2.409,57
YouTube	58.978,50	Instagram	5.145,62	COPE	1.943,99
RTVE Play	24.774,75	Facebook	4.656,37	eldiario.es	1.688,55
Spotify	14.947,01	Mediaset Infinity	4.278,77	RAC 1	1.011,38
Grupo Vocento	13.239,08	marca.com	4.193,97	20minutos.es	972,72
Grupo Prensa Ibérica	12.401,93	Cadena Ser	3.504,48	Mundodeportivo.com	656,70
El Mundo.es	9.764,14	El Español	2.952,11	Los 40	397,21
Grupo Henneo	8.378,99	As.com	2.888,11	Marca.com	253,87
El País.com	7.594,20	El Confidencial	2.824,68		
Exterior:					
I10 Network, S.L.	60.375,98	Global	24.393,60	JFT Comunicación	11.746,75
Callao City Lights	35.695,00	014 IN, S.L.	14.368,36	AS publicidad exterior	6.192,78
Exterior Plus	30.855,00	Exteria	12.106,05		
Cine:					
014 MEDIA	22.945,23				

MINISTERIO DE IGUALDAD

Dirección General para la Igualdad Real y Efectiva de las Personas LGTBI+

20 ANIVERSARIO DE LA LEY DEL MATRIMONIO IGUALITARIO

Objetivo y sentido: CONMEMORAR LA APROBACIÓN DE LA LEY 13/2005, DE 1 DE JULIO, POR LA QUE SE MODIFICA EL CÓDIGO CIVIL EN MATERIA DE DERECHO A CONTRAER MATRIMONIO QUE PERMITIÓ EL MATRIMONIO ENTRE PERSONAS DEL MISMO SEXO, EN LAS MISMAS CONDICIONES Y CON LOS MISMOS DERECHOS QUE LAS PAREJAS HETEROSEXUALES, Y QUE MARCÓ EL PUNTO DE PARTIDA EN LA CONQUISTA DE DERECHOS Y DE LA IGUALDAD REAL Y EFECTIVA DE LAS PERSONAS LGTBI. RECONOCER Y CELEBRAR LA DIVERSIDAD SEXUAL, DE GÉNERO Y FAMILIAR DE LA SOCIEDAD ESPAÑOLA.

Coste Total: 1.197.122,19

Inversión presupuestaria: Capítulo 6

Producción/creatividad: 75.611,69

Compra de medios: 1.121.510,50

Evaluación: 0

Periodo de ejecución: Del 20 de junio al 31 de julio de 2025

Difusión: Nacional

Idioma: Castellano, catalán, gallego, euskera e inglés

Población objetivo de la campaña: General y personas LGTBI

Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

Adjudicatarios:

Producción/creatividad: Sapristi Estudio Creativo, S.L.: 75.611,69 €

Compra de Medios: T20 Admedia Services, S.L.: 1.121.510,50 €

Plan de Medios:

Medios convencionales (1.121.510,50): Televisión: 297.429,99 (26,52%); Radio: 175.205,64 (15,62%); Medios gráficos: 234.901,40 (20,95%); Digital: 149.197,13 (13,30%); Exterior: 241.786,34 (21,56%); Cine: 22.990,00 (2,05%)

Televisión:

Antena 3	69.407,73	La Sexta	31.477,91	NewixMedia-FORTA	5.772,43
Telecinco	58.828,43	Multi Atresmedia: Nova, Mega y Atreseries	20.823,42	TV de Cataluña (TV3)	2.066,68
MediaMax (FDF, Divinity, Energy y Be Mad)	45.882,98	Movistar Plus +	18.654,81	TVE	0,00
Cuatro	32.763,11	Neox	11.752,49		

Radio:

Los40 Clasic	85.400,73	Onda Cero Radio	24.159,47	Canal Sur Radio	2.832,90
Cadena Ser	52.005,06	RAC 1	10.807,48		

Medios gráficos:

Grupo Vocento	44.829,34	La Vanguardia	9.312,77	Mundo Deportivo	3.208,01
Grupo Alayans	25.287,40	Vanity Fair	8.621,25	Viajar	3.058,28
Grupo Prensa Ibérica	24.989,46	As	6.632,01	Sport	2.546,08
El País	20.798,09	National Geographic	5.423,22	Tinta Libre	2.541,00
Marca	16.692,72	20 Minutos	4.935,89	Shangay	2.268,75
El Mundo	16.274,60	Men's health	4.356,00	Orgull	1.433,85
ABC	13.164,80	El Mueble	4.312,44		
Delivery Media	10.167,99	Automovil	4.047,45		

Digital:					
RTVE Play	22.963,50	Instagram	3.120,49	ABC.es	1.402,94
Vidoomy	16.919,69	Facebook	2.952,37	El Confidencial	1.342,89
Spotify	14.821,13	El Mundo.es	2.390,32	eldiario.es	1.340,96
YouTube	12.247,20	marca.com	2.362,89	deia.com	1.315,20
Delivery Media	9.186,49	El Pais.com	2.228,43	Publico.es	1.194,75
Grupo Vocento	7.461,27	lavanguardia.com	1.860,53	Shangay	1.149,50
Grupo Prensa Ibérica	6.991,74	20minutos.es	1.673,60	elplural.com	948,90
CADENA SER	6.735,96	Tiktok	1.581,64	mundodeportivo.com	769,38
Grupo Godó	6.027,43	El Español	1.538,43	Orgull	665,50
Grupo Henneo	4.012,87	lvoox	1.473,87	Ara.cat	532,58
Spotify	3.388,00	Six	1.471,36	Infolibre.es	296,91
LOS 40	3.367,98	As.com	1.460,43		
Exterior:					
Bus & Truck	79.860,00	H2071	27.225,00	Aegal	122,99
Global	71.873,73	014 IN, S.L.	18.229,86	JN Global	108,90
Callao City Lights	44.104,50	Pride Barcelona	261,36		
Cine:					
014 MEDIA	22.990,00				

MINISTERIO DE INCLUSIÓN, SEGURIDAD SOCIAL Y MIGRACIONES

Secretaría General de Inclusión

INFORMACIÓN SOBRE EL INGRESO MÍNIMO VITAL

Objetivo y sentido: INFORMACIÓN PARA LOS POTENCIALES BENEFICIARIOS DE LA PRESTACIÓN PARA AUMENTAR SU TASA DE COBERTURA.

Coste Total: 1.827.921,74

Inversión presupuestaria: Capítulo 2

Producción/creatividad: 301.980,60

Compra de medios: 1.525.941,14

Evaluación: 0

Periodo de ejecución: Del 3 al 19 de julio de 2025; del 15 de septiembre al 5 de octubre de 2025

Difusión: Nacional

Idioma: Castellano, catalán, gallego, euskera y valenciano

Población objetivo de la campaña: General y personas potenciales beneficiarias del IMV

Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

Adjudicatarios:

Producción/creatividad: Soporte Creativo Comunicación Positiva S.L.: 301.980,60 €

Compra de Medios: Media Diamond, S.L.: 1.525.941,14 €

Plan de Medios:

Medios convencionales (1.525.941,14): Televisión: 491.132,66 (32,19%); Radio: 255.772,68 (16,76%); Digital: 337.656,18 (22,13%); Exterior: 441.379,62 (28,93%)

Televisión:

Movistar Plus +	100.250,44	La Sexta	45.120,32	Multi Atresmedia: Nova, Mega y Atreseries	30.185,53
Antena 3	63.025,90	MediaMax (FDF, Divinity, Energy y Be Mad)	44.527,03	NewixMedia-FORTA	14.125,00
AXN	55.727,43	Pulsa TV	41.541,43	Neox	11.656,25
Telecinco	46.033,24	Cuatro	34.621,88	TV de Cataluña (TV3)	4.318,21

Radio:

Los40 Urban	111.298,85	Cadena Radiolé	18.488,82	Radio Illes Balears (IB3 Radio)	756,25
Cadena Dial	66.930,81	Canal Fiesta (Canal Sur)	16.240,04		
Cadena Ser	40.863,64	Canarias Radio	1.194,27		

Digital:

RTVE	76.978,48	Exte-Sunmedia	15.306,98	Milanuncios	2.262,69
Youtube	73.903,43	Vidoomy	13.138,12	Wallapop	2.262,69
Prensa Ibérica	48.910,45	Instagram	7.804,54	Ser Padres	1.508,46
20 Minutos	33.558,65	Facebook	7.600,01	Lecturas	1.508,46
Vocento News	25.843,68	Henneo	7.353,05		
El País	16.086,50	Delivery Media	3.630,00		

Exterior:

Exterior Plus	155.453,84	Zercana Consulting, S.L.	75.938,87	Publinserciones	26.668,40
Global	83.017,62	Gran Pantalla de Publicidad Exterior, S.L.	75.253,89	TB Media Consulting, S.L.	25.047,00

MINISTERIO PARA LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL Y DE LA FUNCIÓN PÚBLICA



Instituto Nacional de Ciberseguridad de España, S.A. (INCIBE)

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

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.

Coste Total: 5.661.993,59

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

Producción/creatividad: 220.219,87

Compra de medios: 5.441.773,72

Evaluación: 0

Periodo de ejecución: Del 12 de noviembre al 4 de diciembre de 2025

Difusión: Nacional

Idioma: Castellano, catalán, gallego, euskera y valenciano

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

Medidas accesibilidad: Subtitulación y lengua de signos

Adjudicatarios:

Producción/creatividad: NTT Data Spain, S.L.U.: 220.219,87 €

Compra de Medios: Iki Media Solutions, S.L.: 5.441.773,72 €

Plan de Medios:

Medios convencionales (5.441.773,72): Televisión: 1.121.351,95 (20,61%); Radio: 1.317.767,06 (24,22%); Medios gráficos: 334.530,78 (6,15%); Digital: 1.601.388,71 (29,43%); Exterior: 1.066.735,22 (19,60%)

Televisión:

Movistar Plus +	140.768,50	Pulsa TV	60.945,89	TV de Cataluña (TV3)	19.184,55
AXN	120.087,73	Cuatro	59.004,31	Castilla y León TV (RTVCyL)	18.408,70
Warner TV	115.890,48	Multi Atresmedia: Nova, Mega y Atreseries	55.719,38	Canal Extremadura TV	10.190,60
Mediapro	96.800,00	Neox	52.513,65	La Rioja 7TV	8.610,12
Antena 3	90.956,02	La Sexta	47.724,37	TVE	0,00
Telecinco	84.473,08	Navarra TV	44.888,53		
MediaMax (FDF, Divinity, Energy y Be Mad)	67.489,14	NewixMedia-FORTA	27.696,90		

Radio:

Cadena Ser	381.416,32	Cadena Dial	43.060,48	Canal Sur Radio	8.438,83
COPE	285.128,27	KISS FM	35.502,77	Radio Euskadi	4.813,38
Onda Cero Radio	197.822,05	Europa FM	33.127,38	Radio Gallega (RG)	4.105,29
Cadena 40 Principales	131.114,27	Cadena Rock FM	31.969,65	À Punt Radio	2.338,74
RAC 1	67.271,70	Cataluña Radio	22.932,61		
Cadena 100	58.224,60	Flaix FM	10.500,72		

Medios gráficos:					
Grupo Alayans	33.693,66	Marca	14.295,74	National Geographic	3.416,80
Grupo Prensa Ibérica	33.331,63	ABC	10.946,12	Coches	3.252,65
Expansión	31.231,43	El Economista	9.667,90	Mundo Deportivo	3.208,92
Grupo Vocento	25.642,97	Cinco Días	9.565,05	Historia National Geographic	2.346,19
Expansión	25.461,55	Lecturas	7.556,93	Men's health	2.236,08
El Economista	20.364,30	As	7.158,36	Cosas de Casa	2.178,48
El Mundo	17.612,45	Semana	6.814,96	Autopista	2.083,62
El País	16.024,03	Vanity Fair	4.353,58	Viajar	1.690,61
Cinco Días	15.581,78	Interiores	3.921,61	Motos 2000	1.385,01
La Vanguardia	14.548,34	El Mueble	3.880,95	Cuerpomenta	1.079,08
Digital:					
Tivify Tv	343.917,06	Grupo Prisa	36.332,98	eldiario.es	9.891,75
Movistar	156.876,52	As.com	31.176,18	Mediaset Infinity	8.533,89
Atresplayer	115.789,89	Grupo Henneo	30.159,36	Amazon Music	7.996,91
Youtube	85.443,53	Facebook	29.200,10	Pluto TV	7.552,12
Grupo Prensa Ibérica	83.774,41	El Pais.com	24.631,10	El Confidencial	6.752,99
Mediaset Infinity	74.611,04	El Mundo.es	23.376,89	Samsung Tv	3.414,77
Grupo Vocento	63.554,21	RTVE Play	18.314,45	Amazon Prime Video	3.166,26
Delivery Media	57.319,51	Grupo Unidad Editorial	15.456,36	Lg Webos	2.898,87
Podium	57.319,51	20minutos.es	14.270,32	Netflix	1.634,19
Rakuten Tv	54.635,37	larazon.es	12.075,80	lavanguardia.com	1.358,97
Amazon Prime Video	54.179,32	mundodeportivo.com	11.494,11	Disney+	680,73
marca.com	42.811,47	Atresplayer	10.871,83	Hbo Max	250,59
Instagram	39.877,94	Youtube Music	10.780,41		
Spotify	38.542,19	Control Viewability	10.464,81		
Exterior:					
Exterior Plus	464.003,97	Soportes y Medianeras	108.900,00	VSA Comunicacion	52.937,50
Ikó Media	285.862,50	Defi Group	105.270,00	014 IN, S.L.	49.761,25
Observaciones: Campaña cofinanciada con fondos MRR.					

MINISTERIO PARA LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL Y DE LA FUNCIÓN PÚBLICA

red.es

Red.es

DERECHOS DIGITALES

Objetivo y sentido PONER EN CONOCIMIENTO DE LA CIUDADANÍA LOS DERECHOS DIGITALES COMO UNA EXTENSIÓN DE LOS DERECHOS RECOGIDOS EN LA DECLARACIÓN UNIVERSAL DE LOS DERECHOS HUMANOS DE LA ORGANIZACIÓN DE LAS NACIONES UNIDAS (ONU) APLICADOS AL MUNDO ONLINE. EL SENTIDO DE LA CAMPAÑA ES REFORZAR Y CLARIFICAR LOS DERECHOS EN EL MUNDO DIGITAL ASÍ COMO AUMENTAR LA CONFIANZA DE LAS PERSONAS ANTE LAS DISRUPCIONES TECNOLÓGICAS.

Coste Total: 309.103,12

Inversión presupuestaria: Entidad Pública Empresaria. Su presupuesto no se ajusta a la clasificación económica de los PGE

Producción/creatividad: 14.694,78

Compra de medios: 294.408,34

Evaluación: 0

Periodo de ejecución: Del 27 de octubre al 9 de noviembre de 2025

Difusión: Nacional

Idioma: Castellano y catalán

Población objetivo de la campaña: General

Medidas accesibilidad: Subtitulación

Adjudicatarios:

Producción/creatividad: Sneaker Lost, S.L.: 14.694,78 €

Compra de Medios: Media Diamond, S.L.: 294.408,34 €

Plan de Medios:

Medios convencionales (294.408,34): Medios gráficos: 93.967,40 (31,92%); Digital: 145.062,39 (49,27%); Exterior: 55.378,55 (18,81%)

Medios gráficos:

El País	33.363,33	Marca	16.147,79	As	10.743,59
El Mundo	19.130,98	La Vanguardia	14.581,71		

Digital:

Instagram	24.211,99	eldiario.es	13.775,85	lavanguardia.com	7.392,37
marca.com	18.703,04	As.com	13.245,25	20minutos.es	7.195,58
Grupo Vocento	18.148,75	El País.com	12.148,00	ElEconomista.es	4.597,47
Grupo Prensa Ibérica	14.023,48	El Mundo.es	11.620,61		

Exterior:

014 IN, S.L.	39.497,30	Publinserciones	15.881,25		
--------------	-----------	-----------------	-----------	--	--

Observaciones: Campaña financiada con fondos PRTR.

Anexo IV. Desglose de la inversión publicitaria

Inversión por soportes y medios

MEDIOS/SOPORTES	INVERSIÓN	%
Cine	615.337,19	0,84%
014 Media	387.500,67	62,97%
Moviedis Media Cine	227.836,52	37,03%
Digital	20.628.361,89	28,16%
YouTube	2.840.882,73	13,77%
RTVE Play	1.377.054,83	6,68%
Spotify	1.298.663,59	6,30%
Grupo Vocento	1.285.778,79	6,23%
Grupo Prensa Ibérica	1.151.312,06	5,58%
Delivery Media	940.538,60	4,56%
Instagram	884.194,84	4,29%
Mediaset Infinity (Mitele)	845.929,51	4,10%
Facebook	576.110,63	2,79%
Atresplayer	570.304,62	2,76%
marca.com	535.780,64	2,60%
El País.com	461.688,56	2,24%
Movistar Plus +	438.229,70	2,12%
El Mundo.es	383.287,81	1,86%
20minutos.es	374.319,05	1,81%
Ivoox	368.314,68	1,79%
Alayans	362.013,80	1,75%
Tivify TV	343.917,06	1,67%
El Español	338.947,72	1,64%
TikTok	333.644,54	1,62%
eldiario.es	330.611,59	1,60%
As.com	325.542,20	1,58%
Cadena Ser	310.120,86	1,50%
Grupo Henneo	276.803,66	1,34%
EXTE	243.813,59	1,18%
Grupo Unidad Editorial	243.680,74	1,18%
lavanguardia.com	230.003,36	1,11%
Grupo Prisa	227.803,52	1,10%
Vidoomy	227.041,40	1,10%
Pran EXTE	212.355,00	1,03%
Amazon Prime Video	196.559,45	0,95%
ABC.es	190.386,63	0,92%
Samsung TV	170.881,19	0,83%
Grupo Godó	166.838,15	0,81%
YouTube Music	155.003,88	0,75%
Netflix	128.579,22	0,62%
mundodeportivo.com	126.404,34	0,61%
El Confidencial	110.650,57	0,54%
Pluto TV	94.267,30	0,46%
Audio Shoppers	69.974,86	0,34%
Podium	65.769,44	0,32%
Rakuten TV	57.507,77	0,28%
ElEconomista.es	47.941,31	0,23%
Publico.es	46.334,83	0,22%
COPE	42.477,05	0,21%
Amazon Music	40.521,71	0,20%
L'Associació de Mitjans d'Informació i Comunicació (AMIC)	37.019,80	0,18%
sport.es	28.275,72	0,14%

huffingtonpost.es	26.036,29	0,13%
El Periódico de la Energía	22.808,50	0,11%
X	21.813,99	0,11%
Los 40	21.543,51	0,10%
expansion.com	20.894,17	0,10%
elplural.com	16.502,41	0,08%
LinkedIn	14.957,61	0,07%
Onda Cero Digital	14.935,88	0,07%
CincoDías.com	14.902,38	0,07%
Ara.cat	14.793,22	0,07%
lasprovincias.es	13.482,95	0,07%
levante-emv.com	13.373,01	0,06%
Rugby Challenge TV	12.100,00	0,06%
larazon.es	12.075,80	0,06%
Twitch	11.616,00	0,06%
Infolibre.es	10.990,25	0,05%
Viva (Andalucía Información)	8.712,00	0,04%
lavozdegalicia.es	8.704,17	0,04%
noticiastrabajo.huffingtonpost.es	8.289,95	0,04%
Disney+	8.049,15	0,04%
elcorreo.com	7.986,00	0,04%
Titania	7.348,19	0,04%
Infojobs	7.260,00	0,04%
deia.com	6.897,73	0,03%
Agenttravel.es	6.616,22	0,03%
Valencia Plaza	6.534,00	0,03%
Hosteltur	6.405,74	0,03%
HBO Max	6.145,32	0,03%
Eseficiencia	5.808,00	0,03%
Energías Renovables	5.747,50	0,03%
Smart Travel News	5.112,25	0,02%
heraldo.es	4.970,13	0,02%
laopiniondemurcia.es	4.758,47	0,02%
Agronegocios	4.617,36	0,02%
Infobierzo.com	4.210,80	0,02%
Diaridetarragona.com	4.133,32	0,02%
ultimahora.es	3.811,77	0,02%
Cadena Dial	3.755,27	0,02%
Ethic	3.751,00	0,02%
lavozdealmeria.com	3.260,07	0,02%
LG WebOS	2.898,87	0,01%
OSil.info	2.613,60	0,01%
Canarias7.es	2.611,24	0,01%
Audiovisual 451	2.541,00	0,01%
Actualidad Aeroespacial	2.541,00	0,01%
Forbes	2.420,00	0,01%
Naucher Global	2.420,00	0,01%
El Bierzo Digital	2.383,70	0,01%
Noticias Jurídicas	2.371,60	0,01%
Wallapop	2.262,69	0,01%
Milanuncios	2.262,69	0,01%
informacion.es	2.237,14	0,01%
Vida Rural	2.178,00	0,01%
Mundo Ganadero	2.178,00	0,01%
vozpupuli.com	2.060,11	0,01%
Andaluciainformacion.es (Viva)	2.049,74	0,01%
diarioelcanal.com-Canal Marítimo y Logístico	2.020,70	0,01%
Cine con Ñ	1.996,50	0,01%

META	1.975,88	0,01%
laverdad.es	1.921,46	0,01%
Doubleclick	1.892,25	0,01%
Aire	1.815,00	0,01%
Fly-News	1.815,00	0,01%
Pasión por el Mar	1.815,00	0,01%
El Bierzo Noticias	1.742,40	0,01%
vegabajadigital.com	1.512,50	0,01%
Lecturas	1.508,46	0,01%
Ser Padres	1.508,46	0,01%
Calor y Frio	1.480,22	0,01%
Six	1.471,36	0,01%
Cadena 100	1.427,76	0,01%
Cronicasdacomarca.com	1.400,00	0,01%
Avión Reveu	1.392,00	0,01%
Quercus	1.331,00	0,01%
Somoscomarca.es	1.306,80	0,01%
014 Media	1.280,89	0,01%
El Blog del Cine Español	1.210,00	0,01%
mercantil.com	1.210,00	0,01%
Transporte Profesional	1.210,00	0,01%
lanuevacronica.com	1.185,80	0,01%
El Critic	1.181,35	0,01%
Shangay	1.149,50	0,01%
Valdeorrasdecerca	1.089,00	0,01%
Revista Agricultura	1.074,00	0,01%
RAC 1	1.011,38	0,00%
El Salto	1.006,72	0,00%
Noticias C y L	987,36	0,00%
Sosfe	983,23	0,00%
Revista Godot	966,56	0,00%
Pikara Magazine	963,16	0,00%
Murciaplaza.com	943,80	0,00%
Alicante Plaza	943,80	0,00%
Airline92	908,00	0,00%
Mercacei	907,50	0,00%
Rubik	907,50	0,00%
Exitmedia.net	876,04	0,00%
Nortes	847,00	0,00%
El Adelantado.com	780,22	0,00%
Agencia EFE	759,54	0,00%
Atlántico Diario	749,00	0,00%
El Día.es	749,00	0,00%
diariodeavisos.com	749,00	0,00%
El Digital de Castilla la Mancha	726,00	0,00%
laopiniondemalaga.es	726,00	0,00%
latribunadetoledo.es	718,44	0,00%
Náutica y Yates	665,50	0,00%
valladolidplural.com	665,50	0,00%
Orgull	665,50	0,00%
El Periódico Extremadura	653,40	0,00%
encastillalamanca.es	605,00	0,00%
soldelsurtenerife.com	535,00	0,00%
Mainkore	503,12	0,00%
Planeta Vino	484,00	0,00%
malagahoy.es	462,82	0,00%
elnoroestedigital.com	423,50	0,00%
SoriaTV	423,50	0,00%

huelvainformacion.es	381,15	0,00%
eldiadigital.es	374,50	0,00%
Diario del Altoaragón	368,35	0,00%
La Marea	333,96	0,00%
Europa FM	322,76	0,00%
noticiasronda24horas.es	302,50	0,00%
ileon.eldiario.es	302,50	0,00%
Jot Down	290,40	0,00%
bierzotv.com	262,57	0,00%
ponferradahoy.com	242,00	0,00%
BierzoDiario.es	211,75	0,00%
Tenerife Ahora	171,20	0,00%
El Referente	161,41	0,00%
La Voz de Tenerife Norte	160,50	0,00%
Retema	145,20	0,00%
Agronews	93,17	0,00%
Yorokobu	72,60	0,00%
Redacción Médica	60,50	0,00%
Archilettras	35,64	0,00%
Alimarket	24,20	0,00%
Poliédrica	2,99	0,00%
Exterior	10.536.324,22	14,38%
014 Media	2.185.948,72	20,75%
Global	1.796.712,40	17,05%
Exterior Plus	1.788.523,28	16,97%
Exteria	605.023,73	5,74%
Gran Pantalla de Publicidad Exterior	519.428,55	4,93%
Zercana Consulting	421.108,31	4,00%
iWall	418.450,58	3,97%
Callao City Lights	391.435,00	3,72%
Exterior 21	328.878,00	3,12%
Ikö Media	285.862,50	2,71%
Super 8 Media	228.135,96	2,17%
H2071	204.716,88	1,94%
Adtrackmedia	124.388,00	1,18%
Soportes y Medianeras	108.900,00	1,03%
I10 Network	107.475,23	1,02%
Defi Group	105.270,00	1,00%
Clear Channel España, S.L.U.	103.585,91	0,98%
Sundisa	83.308,50	0,79%
Movistar Arena	82.280,00	0,78%
Bus & Truck	79.860,00	0,76%
Bidiscout	76.956,00	0,73%
Urban Visión	64.619,75	0,61%
Crazyvity	64.130,00	0,61%
Xpezial	59.895,00	0,57%
Clece OOH	54.253,38	0,51%
VSA Comunicacion	52.937,50	0,50%
Capitol	43.614,45	0,41%
Publinserciones	42.549,65	0,40%
Promedios	39.368,66	0,37%
TB Media Consulting, S.L.	25.047,00	0,24%
Adtiva Comunicación Creativa, S.L.	13.612,50	0,13%
JFT Comunicación	11.746,75	0,11%
ABBA Exterior	11.616,00	0,11%
As publicidad exterior	6.192,78	0,06%
Pride Barcelona	261,36	0,00%
Aegal	122,99	0,00%

JN Global	108,90	0,00%
Medios gráficos	10.097.452,42	13,78%
Grupo Vocento	1.494.914,82	14,80%
Grupo Prensa Ibérica	1.197.417,95	11,86%
Grupo Alayans	956.646,21	9,47%
El País	923.698,95	9,15%
El Mundo	601.721,60	5,96%
Delivery Media	575.268,16	5,70%
Marca	570.279,59	5,65%
ABC	380.247,99	3,77%
La Vanguardia	377.568,06	3,74%
20 Minutos	241.830,99	2,39%
Expansión	217.634,78	2,16%
As	210.289,84	2,08%
XL Semanal	196.635,65	1,95%
Suplementos de El País	188.308,91	1,86%
Grupo Cerca	158.438,73	1,57%
Suplemento de La Vanguardia	113.879,15	1,13%
Mundo Deportivo	100.622,55	1,00%
El Economista	98.736,91	0,98%
Cinco Días	97.782,90	0,97%
Lecturas	85.017,20	0,84%
Diez Minutos	84.964,99	0,84%
Pronto	80.646,50	0,80%
Sport	73.954,08	0,73%
Grupo Joly	66.365,46	0,66%
Hola	63.504,43	0,63%
Semana	61.753,08	0,61%
Bluemedia	56.077,93	0,56%
Grupo Promecal	51.962,26	0,51%
La Razón	51.261,88	0,51%
La Voz de Galicia	50.767,37	0,50%
Suplementos de El Mundo	41.275,44	0,41%
Viva (Andalucía Información)	34.057,99	0,34%
Levante - El Mercantil Valenciano	31.682,41	0,31%
Información	30.135,32	0,30%
National Geographic	29.231,06	0,29%
Las Provincias	25.828,47	0,26%
El Progreso de Lugo	23.595,00	0,23%
Lifestyle	20.592,34	0,20%
El Mueble	17.433,68	0,17%
Mediterráneo	17.202,36	0,17%
Yo Dona	16.496,83	0,16%
Cambio 16	15.649,66	0,15%
Diario de León	15.146,78	0,15%
Mujer Hoy	14.897,52	0,15%
Historia National Geographic	13.636,34	0,14%
Vanity Fair	12.974,83	0,13%
Saber Vivir	12.319,01	0,12%
Faro de Vigo	12.234,31	0,12%
Tinta Libre	11.615,96	0,12%
Suplementos de ABC	11.501,01	0,11%
Telva	11.352,39	0,11%
Capital	11.180,40	0,11%
El Poder del Amor Moderno	10.890,00	0,11%
Viajar	10.456,46	0,10%
Emprendedores	9.806,81	0,10%
Viajes National Geographic	9.550,53	0,09%

La Región	9.253,48	0,09%
La Opinión de Murcia	9.172,96	0,09%
Cosas de Casa	8.774,55	0,09%
La Nueva Crónica	8.053,28	0,08%
Coches	7.983,76	0,08%
Interiores	7.189,70	0,07%
Fotogramas	6.655,00	0,07%
Men's health	6.592,08	0,07%
La Verdad de Murcia	6.215,54	0,06%
El Correo Gallego	5.340,94	0,05%
Computer Hoy	4.743,20	0,05%
Agronegocios	4.699,43	0,05%
La Verdad	4.150,30	0,04%
Comercializadora de Medios de Andalucía, S.L.	4.072,86	0,04%
Automóvil	4.047,45	0,04%
Motos 2000	3.521,17	0,03%
InStyle	3.489,16	0,03%
Vida Rural	3.372,29	0,03%
La Tribuna de Ciudad Real	3.264,58	0,03%
Forbes	3.167,36	0,03%
Grupo Faro	3.109,89	0,03%
Acción Cine	3.087,92	0,03%
Woman	3.085,50	0,03%
Clara	3.073,16	0,03%
Esquire	2.983,86	0,03%
La Opinión A Coruña	2.787,84	0,03%
La Gaceta Regional de Salamanca	2.619,17	0,03%
El Pueblo de Ceuta	2.562,75	0,03%
El Diario Vasco	2.532,55	0,03%
El Norte de Castilla	2.317,15	0,02%
Shangay	2.268,75	0,02%
Economist and Jurist	2.159,85	0,02%
El Día de Tenerife	2.110,04	0,02%
Autopista	2.083,62	0,02%
Diario de Córdoba	2.057,00	0,02%
Hobby Consolas	2.020,70	0,02%
Caimán	1.936,00	0,02%
Diario de Avisos	1.819,00	0,02%
Más Tribuna	1.815,00	0,02%
Última Hora	1.694,00	0,02%
Arquitectura y Diseño	1.655,28	0,02%
Huelva Información	1.593,50	0,02%
Revista Plaza	1.542,75	0,02%
Cocina Fácil-Lecturas	1.457,08	0,01%
Orgull	1.433,85	0,01%
Economía 3	1.418,30	0,01%
La Tribuna de Toledo	1.399,06	0,01%
Transporte XXI	1.303,33	0,01%
Mundo Ganadero	1.242,10	0,01%
Valencia Fruits	1.220,30	0,01%
Estudios Marítimos Naucher, S.L.	1.210,00	0,01%
Barrios Ourense	1.197,90	0,01%
Diario del Puerto, Diario del Transporte y Logística	1.149,50	0,01%
Mongolia	1.089,00	0,01%
Cuorpomente	1.079,08	0,01%
Ingeniería Naval	1.000,00	0,01%
Motociclismo	949,85	0,01%
Hoy - Diario de Extremadura	948,64	0,01%

El Día de Soria	914,76	0,01%
Ideal	888,62	0,01%
El Adelantado de Segovia	847,00	0,01%
Canarias7	802,50	0,01%
Salvaje	762,30	0,01%
Diario de Cádiz	726,00	0,01%
Crónicas da Comarca	700,00	0,01%
Castilla y León Económica	699,38	0,01%
Quercus	667,01	0,01%
Lanza	605,00	0,01%
FH Almería	603,45	0,01%
Diario de Burgos	528,53	0,01%
El Inmobiliario mes a mes	484,00	0,00%
Temas	424,71	0,00%
Mercados	404,24	0,00%
Málaga Hoy	380,18	0,00%
Metros2	363,00	0,00%
Phytoma	339,44	0,00%
Energías Renovables	317,63	0,00%
Ecoconstrucción	314,60	0,00%
Olimerca	314,30	0,00%
Origen	308,73	0,00%
Fruticultura	301,73	0,00%
Granada Hoy	290,64	0,00%
PorciNews	251,44	0,00%
Ganadería	251,44	0,00%
Agricultura	247,60	0,00%
Elle	0,00	0,00%
Radio	15.484.751,78	21,14%
Cadena Ser	5.671.377,66	36,63%
Cadena 40 Principales	2.426.398,86	15,67%
Onda Cero Radio	1.791.707,96	11,57%
COPE	1.629.194,79	10,52%
RAC 1	746.776,29	4,82%
Cadena 100	575.846,50	3,72%
Los40 Clasic	458.960,66	2,96%
Cadena Dial	417.749,93	2,70%
Europa FM	291.916,13	1,89%
Los40 Urban	290.113,99	1,87%
KISS FM	276.416,72	1,79%
Cadena Rock FM	183.253,17	1,18%
Canal Sur Radio	165.886,92	1,07%
Radio Euskadi	84.007,95	0,54%
Radio Marca	83.944,66	0,54%
Radio Gallega (RG)	75.518,34	0,49%
Cataluña Radio	66.657,57	0,43%
Cataluña Información (Cataluña Radio)	40.888,75	0,26%
Canal Fiesta (Canal Sur)	34.109,40	0,22%
Ràdio Flaixbac	31.462,97	0,20%
Cadena Radiolé	25.796,85	0,17%
Flaix FM	21.363,70	0,14%
Megastar FM	12.777,60	0,08%
HIT FM	12.613,25	0,08%
Aragón Radio	11.366,00	0,07%
Radio Intereconomía	10.911,18	0,07%
Radio Principado de Asturias (RPA)	8.046,29	0,05%
Radio Illes Balears (IB3 Radio)	6.216,31	0,04%
Radio Castilla-La Mancha	5.470,73	0,04%

À Punt Radio	5.389,82	0,03%
Capital Radio	3.359,02	0,02%
Onda Madrid	2.959,90	0,02%
Radio Orihuela	2.710,40	0,02%
Gaztea	2.612,39	0,02%
EsRadio	2.117,50	0,01%
Canarias Radio	2.090,88	0,01%
Canal Extremadura Radio	1.977,14	0,01%
Onda Regional de Murcia	1.439,37	0,01%
Vive Castilla y León	1.413,28	0,01%
Cadena Azul	1.355,20	0,01%
Radio Azul	290,40	0,00%
FM Bierzo	141,57	0,00%
Atlántico Radio	107,00	0,00%
Alzira Radio	36,78	0,00%
Televisión	15.887.969,87	21,69%
Antena 3	3.484.299,69	21,93%
Telecinco	2.130.259,88	13,41%
MediaMax (FDF, Divinity, Energy y Be Mad)	1.541.567,63	9,70%
La Sexta	1.211.494,82	7,63%
Cuatro	1.169.770,83	7,36%
Multi Atresmedia: Nova, Mega y Atreseries	1.098.146,78	6,91%
NewixMedia-FORTA	890.290,92	5,60%
Movistar Plus +	805.082,40	5,07%
Pulsa TV	769.811,69	4,85%
Neox	403.764,21	2,54%
Castilla y León TV (RTVCyL)	361.822,52	2,28%
La Rioja 7TV	285.584,52	1,80%
Amazon Prime Video	272.373,82	1,71%
Navarra TV	240.831,79	1,52%
Netflix	206.794,74	1,30%
AXN	175.815,16	1,11%
TV de Cataluña (TV3)	142.416,42	0,90%
Warner TV	115.890,48	0,73%
HBO	96.903,27	0,61%
Mediapro	96.800,00	0,61%
Mediaset Infinity (Mitele)	68.562,48	0,43%
Atresplayer	62.738,50	0,39%
Canal Sur Televisión	47.328,48	0,30%
La 8 Mediterráneo	46.790,88	0,29%
Canal Extremadura TV	42.869,83	0,27%
Castilla-La Mancha TV	20.648,72	0,13%
TV Autónoma de Murcia	19.986,25	0,13%
A Punt TV	18.328,05	0,12%
TV de Galicia (TVG)	16.699,27	0,11%
7TV Andalucía	9.341,20	0,06%
Telemadrid	8.174,03	0,05%
TV Illes Balears (IB3)	7.575,26	0,05%
Aragón TV	7.210,63	0,05%
Levante TV	4.235,66	0,03%
TV Principado Asturias (TPA)	3.000,01	0,02%
La 8 Bierzo	2.057,00	0,01%
TV Canaria	1.524,24	0,01%
Andalucia TV	754,31	0,00%
TeleElx	423,50	0,00%
TVE	0,00	0,00%
TOTAL	73.250.197,37	100,00%

LÍNEAS DE APOYO A CAMPAÑAS		%
Cine	81,67	0,00%
Producción	81,67	100,00%
Digital	222.528,22	9,71%
influencer @ruben.avilesx	52.562,45	23,62%
Viewability	41.639,26	18,71%
influencer @inusu_al	39.692,43	17,84%
influencer @sandramoruizz	38.704,96	17,39%
influencer @crisblancofdz	26.285,34	11,81%
influencer @shula.li	13.486,49	6,06%
influencer @blanca_guilera	5.730,32	2,58%
influencer @esperanzalruz	2.965,94	1,33%
influencer @larium	922,29	0,41%
influencer @booksbymaria	538,74	0,24%
Otros medios	44.511,57	1,94%
Serigrafía Margi (cartelería)	18.103,40	40,67%
Arraianos Producciones, S.L.U. (podcast)	18.033,09	40,51%
Game (folletos)	4.999,72	11,23%
Colegio de Ingenieros de Caminos Canales y Puertos-Dem Murcia (evento Artiflex)	1.815,00	4,08%
Tragsa (cartelería)	1.015,86	2,28%
Agencia EFE (nota de prensa)	544,50	1,22%
Relaciones Públicas	2.025.493,26	88,35%
RRPP	2.025.493,26	100,00%
TOTAL	2.292.614,72	100,00%

Inversión por grupos

GRUPO	IMPORTE	%
Grupo Prisa	12.178.931,33	16,63%
Atresmedia-Planeta	8.929.631,35	12,19%
Mediaset España	5.756.090,33	7,86%
Grupo Vocento	3.655.417,39	4,99%
Google	2.997.778,86	4,09%
Grupo Unidad Editorial	2.726.348,65	3,72%
014 Media, S.L.	2.618.344,73	3,57%
Grupo Prensa Ibérica	2.601.098,59	3,55%
Grupo COPE-Abside Media	2.491.767,75	3,40%
Grupo Godó	1.863.103,28	2,54%
Global Media & Entertainment	1.796.712,40	2,45%
Exterior Plus, S.L.	1.788.523,28	2,44%
Grupo Delivery Media	1.515.806,76	2,07%
Meta Plaforms Inc.	1.462.281,35	2,00%
RTVE	1.377.054,83	1,88%
Grupo Henneo	1.323.147,81	1,81%
Spotify Technology S.A.	1.298.663,59	1,77%
Grupo Telefónica	1.243.312,00	1,70%
Grupo Alayans	956.646,21	1,31%
NewixMedia	890.290,92	1,22%
Pulsa Media Consulting, S.L.	769.811,69	1,05%
Exteria Group	605.023,73	0,83%
Grupo Promecal	586.617,22	0,80%
Amazon, Inc	521.070,98	0,71%
Gran Pantalla de Publicidad Exterior, S.L.	519.428,55	0,71%
EXTE	456.168,59	0,62%
Zercana Consulting, S.L.	421.108,31	0,57%
Iwall Inshop, S.A.	418.450,58	0,57%
Conjunto Empresarial RDE, S.L.	391.435,00	0,53%
iVoox Global Podcasting Service S.L.	368.314,68	0,50%
Radio Televisión de Castilla y Leon, S.A.	363.879,52	0,50%
Diario de Prensa Digital, S.L.	353.117,55	0,48%
TVUp Media Telecom S.L.	343.917,06	0,47%
El Leon de El Español Publicaciones, S.A.	340.661,08	0,47%
Netflix, Inc.	335.373,96	0,46%
ByteDance Ltd	333.644,54	0,46%
Exterior 21, S.L.	328.878,00	0,44%
Kiss Media	289.029,97	0,39%
Ikö Media Group	285.862,50	0,39%
RBA	257.167,37	0,35%
Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals	249.962,74	0,34%
Agencia Pública Empresarial de la Radio y Televisión de Andalucía	248.079,11	0,34%
Super 8 Media, S.L.	228.135,96	0,31%

GRUPO	IMPORTE	%
Moviedis Media	227.836,52	0,31%
Vidoomy Media, S.L.	227.041,40	0,31%
Warner Bros. Discovery	218.939,07	0,30%
H2071 Publicidad Consultoría & Patrocinio, S.L.	204.716,88	0,28%
Sony Pictures Television	175.815,16	0,24%
Samsung	170.881,19	0,23%
Grupo Cerca	158.438,73	0,22%
Adtrackmedia	124.388,00	0,17%
Titania Compañía Editorial, S.L.	117.998,76	0,16%
Soportes y Medianeras, S.L.	108.900,00	0,15%
Inversiones y Eventos I10 Network, S.L.	107.475,23	0,15%
Defi Group, S.A.S.	105.270,00	0,14%
Clear Channel España, S.L.U.	103.585,91	0,14%
Hearst Magazines España	101.195,93	0,14%
Editorial Ecoprensa, S.A.	98.736,91	0,13%
Grup Mediapro, S.L.U.	96.800,00	0,13%
Paramount Global	94.267,30	0,13%
Corporación Radio Television de Galicia	92.217,61	0,13%
Euskal Irrati Telebista	86.620,34	0,12%
Grupo Planeta	84.414,02	0,12%
Sundisa Publicidad Exterior, S.L.	83.308,50	0,11%
Movistar Arena	82.280,00	0,11%
Publicaciones Heres, S.A.	80.646,50	0,11%
Bus & Truck Marketing, S.L.	79.860,00	0,11%
Bid Discount, S.L.	76.956,00	0,11%
Grupo Joly	70.199,75	0,10%
MediaShoppers	69.974,86	0,10%
Urban Visión Publicidad Exterior, S.L.	64.619,75	0,09%
Crazyvity, S.L.	64.130,00	0,09%
Hola, S.L.	63.504,43	0,09%
Xpezial360, S.L.	59.895,00	0,08%
Corporación Voz de Galicia, S.A.	59.471,54	0,08%
Rakuten Group, Inc.	57.507,77	0,08%
Clece, S.A.	54.253,38	0,07%
Publicaciones del Sur, S.A.	54.160,93	0,07%
VSA Comunicación S.L.	52.937,50	0,07%
Grupo Flaix	52.826,67	0,07%
Grupo Editorial Ecoprensa, S.A.	47.941,31	0,07%
Display Connectors, S.L.	46.334,83	0,06%
Corporacion Extremeña de Medios Audiovisuales	44.846,97	0,06%
Publinserciones Comunicación, S.L.	42.549,65	0,06%
Promedios Exterior Comunicación, S.L.	39.368,66	0,05%
L'Associació de Mitjans d'Informació i Comunicació (AMIC)	37.019,80	0,05%
Castilla-La Mancha Media	26.119,45	0,04%

GRUPO	IMPORTE	%
TB Media Consulting, S.L.	25.047,00	0,03%
Corporació Valenciana de Mitjans de Comunicació	23.717,87	0,03%
Grupo El Progreso	23.595,00	0,03%
El Periódico de la Energía S.L.	22.808,50	0,03%
X Corp	21.813,99	0,03%
Radiotelevisión de la Región de Murcia	21.425,62	0,03%
Grupo Serra	20.298,99	0,03%
Eumedia, S.A.	18.595,91	0,03%
Corporación Aragonesa de Radio y Televisión	18.576,63	0,03%
Editorial Corporativa de Medios de Comunicación, S.L.	16.502,41	0,02%
Grupo EIG Multimedia, S.L.	15.649,66	0,02%
Edigrup Media	15.146,78	0,02%
Microsoft	14.957,61	0,02%
Ente Público de Radiotelevisión de las Islas Baleares	13.791,57	0,02%
Activa Comunicación Creativa, S.L.	13.612,50	0,02%
Grupo Conde Nast	12.974,83	0,02%
Rugby Challenge Spain S.L.	12.100,00	0,02%
JFT Comunicación y Expansión de Redes, S.L.N.E.	11.746,75	0,02%
ABBA Publipez, S.L.	11.616,00	0,02%
Grupo V	11.504,93	0,02%
Capital Gestión Editorial, S.L.	11.180,40	0,02%
Radio Televisión Madrid	11.133,93	0,02%
Radiotelevisión del Principado de Asturias	11.046,30	0,02%
Ediciones Prensa Libre, S.L.	10.990,25	0,02%
Grupo Intereconomía	10.911,18	0,01%
Ediciones Plaza, S.L.	9.964,35	0,01%
Revista Emprendedores, S.L.	9.806,81	0,01%
Adevinta Spain	9.522,69	0,01%
La Región, S.A.	9.253,48	0,01%
The Walt Disney Company	8.049,15	0,01%
Grupo Noticias	6.897,73	0,01%
Ediciones Jaguar, S.A.U.	6.616,22	0,01%
Ideas y Publicidad de Baleares, S.L.	6.405,74	0,01%
AS Publicidad Soportes Exterior, S.L.	6.192,78	0,01%
Sport Life Ibérica	6.131,07	0,01%
Haya Comunicación, S.L.	6.065,13	0,01%
Grupo Tecma Red S.L.	5.808,00	0,01%
Forbes Media LLC	5.587,36	0,01%
Smart Travel News, S.L.	5.112,25	0,01%
ZimmerPress	4.210,80	0,01%
Promicsa	4.133,32	0,01%
Noroeste en Red	4.126,10	0,01%
Ethic, S.L.	3.751,00	0,01%
Estudios Marítimos Naucher, S.L.	3.630,00	0,00%

Radio Television Canaria	3.615,12	0,00%
Editorial Imani	3.418,25	0,00%
Informaciones Canarias, S.A.	3.413,74	0,00%
Capital Radio Economía, S.L.	3.359,02	0,00%
Novotécnica	3.260,07	0,00%
Grupo Faro	3.109,89	0,00%
Norea y Alomán Ediciones, S.L.	3.087,92	0,00%
Webos Media, S.L.	2.898,87	0,00%
Editorial Leoncio Rodríguez, S.A.	2.859,04	0,00%
Grupo Plató del Atlántico	2.675,00	0,00%
Grupo Promotor Salmantino, S.A.	2.619,17	0,00%
Garherve, S.L.	2.613,60	0,00%
Cealfe, S.L.	2.562,75	0,00%
Audiovisual 451 C.B.	2.541,00	0,00%
Financial Comunicación, S.L.	2.541,00	0,00%
Karnov Group	2.371,60	0,00%
Naver	2.262,69	0,00%
Economist & Jurist Group	2.159,85	0,00%
Libertad Digital, SA	2.117,50	0,00%
Crónicas da Comarca, S.L.	2.100,00	0,00%
Grup Comunicació 21	2.099,35	0,00%
Vozpopuli Digital, S.A.	2.060,11	0,00%
El Canal Marítimo y Logístico S.L.	2.020,70	0,00%
A.M. Quercus, S.L.	1.998,01	0,00%
Cine con Ñ	1.996,50	0,00%
Caimán Ediciones, S.L.	1.936,00	0,00%
Fly Press, S.L.L.	1.815,00	0,00%
Grupo Aire	1.815,00	0,00%
Grupo Tribuna	1.815,00	0,00%
Nautimedia Comunicación & Reclau audiovisuales	1.815,00	0,00%
El Adelantado de Segovia, S.L.	1.627,22	0,00%
Grupo Editorial Agrícola	1.573,04	0,00%
Onda Costa, S.L.	1.512,50	0,00%
Zinet Media Global	1.508,46	0,00%
Agregador de Contenidos Caloryfrio, S.L..	1.480,22	0,00%
Prensa Económica, S.L.	1.418,30	0,00%
Key Publishing	1.392,00	0,00%
Cadena Azul Radio, S.L.	1.355,20	0,00%
Promecom S.L.	1.306,80	0,00%
Grupo XXI	1.303,33	0,00%
Sucro, S.L.	1.220,30	0,00%
Confederación Española de Transporte de Mercancías (CETM)	1.210,00	0,00%
El Blog de Cine Español	1.210,00	0,00%
El Mercantil, S.L.	1.210,00	0,00%
Grupo Barrios C.B.	1.197,90	0,00%

GRUPO	IMPORTE	%
Crític SCCL	1.181,35	0,00%
Grupo Diario Editorial, S.L.	1.149,50	0,00%
Editorial Mong, S.L.	1.089,00	0,00%
Valdeorras de Cerca	1.089,00	0,00%
Cooperativa Editorial (El Salto)	1.006,72	0,00%
AINE (Asociación de Ingenieros Navales y Oceánicos de España)	1.000,00	0,00%
Sosfe Europe, S.L.	983,23	0,00%
GDT Ediciones S.L.	966,56	0,00%
Eme Komunikazioa Koop. Elk. Txikia	963,16	0,00%
Motorpress Iberica	949,85	0,00%
Grupo Edefa, S.A.	908,00	0,00%
Grupo Mercacei	907,50	0,00%
The Rubik Consulting, S.L.	907,50	0,00%
Exit Media	876,04	0,00%
Asociación Cultural Nortes de Asturias	847,00	0,00%
Revista Salvaje, S.L. (Salvaje Comunicación)	762,30	0,00%
Agencia EFE, S.A.U.	759,54	0,00%
Rias Baixas Comunicación, S.A.	749,00	0,00%
Ediciones la Meseta, S.L.	699,38	0,00%
iMediaCyL	665,50	0,00%
Spainmedia	665,50	0,00%
Ecos C-LM, S.L.	605,00	0,00%
EPE Diario Lanza	605,00	0,00%
Visofi Iniciativas, S.L.	603,45	0,00%
Tenerife Sol del Sur S.L.	535,00	0,00%
Mainkore	503,12	0,00%
Linde Comunicación, S.L.	484,00	0,00%
Fundación Sistema	424,71	0,00%
Prensa Noroeste de Murcia, S.L.	423,50	0,00%
Producciones Izquierdo Moreno S.L.	423,50	0,00%
Servicios de Difusión TV Tele Elx, S.A.	423,50	0,00%
Lameyer, S.L.	404,24	0,00%
El Dia Digital, S.L.	374,50	0,00%
Grupo Cesine	363,00	0,00%
Phytoma España, S.L.	339,44	0,00%
MasPúblico	333,96	0,00%
Publicaciones Alimarket, S.A.	325,93	0,00%
Omnimedia, S.L.	314,60	0,00%
Ágora Comunicación y Análisis, S.L.	314,30	0,00%
Abengsa Company, S.L.	302,50	0,00%
Servicios Generales de Comunicación y Gestión, S.L.	302,50	0,00%
Wabi Sabi Investments, S.C.	290,40	0,00%
Castilla y León TV	262,57	0,00%
La Cambra LGTBIQ+ de Catalunya (ACEGAL)	261,36	0,00%

GRUPO	IMPORTE	%
Grup Vía	251,44	0,00%
Productos y Servicios Digitales Bierzo S.L.	242,00	0,00%
Bierzo Diario	211,75	0,00%
Tenerife Ahora	171,20	0,00%
El Referente, S.L.	161,41	0,00%
Narciso Ramos Comunicación S.L.U.	160,50	0,00%
ADC Media Ediciones Técnicas, S.L.	145,20	0,00%
FM Bierzo	141,57	0,00%
Asociación de Empresas y Profesionales para Gays y Lesbianas de Madrid	122,99	0,00%
JN Global Proyect, S.L.	108,90	0,00%
Agronews Castilla y León, S.L.	93,17	0,00%
Brands & Roses S.L.	72,60	0,00%
Editorial Sanitaria 2000	60,50	0,00%
Ayuntamiento de Alzira	36,78	0,00%
Prensa y Servicios de la Lengua	35,64	0,00%
Poliédrica Digital, S.L.	2,99	0,00%
TOTAL MEDIOS	73.250.197,27	100,00%

LÍNEAS DE APOYO A CAMPAÑAS		
RRPP	2.025.493,26	2,68%
Influencers	180.888,96	0,24%
Cartelería, notas prensa, otros	44.593,24	0,06%
Viewability	41.639,26	0,06%
TOTAL	2.292.614,72	3,03%

TOTAL DIFUSIÓN	75.542.812
-----------------------	-------------------

Relación de grupos, empresas, plataformas o comercializadoras con más de un soporte incluido

014 Media, S.L.: 014 Media, Capitol.

Ábside Media / Grupo COPE: COPE, Cadena 100, Rock FM, Megastar FM, La 8 Mediterráneo.

Agencia Pública Empresarial de la Radio y Televisión de Andalucía: Canal Sur Radio, Canal Sur Televisión, Canal Fiesta, Andalucía TV.

Alayans Media: Diario de Navarra, Grupo Serra (Última Hora, Menorca, Periódico de Ibiza), Grupo Joly (Diario de Sevilla, Diario de Cádiz, Diario de Jerez, Huelva Información, Granada Hoy, Málaga Hoy, Europa Sur, Diario de Almería, El Día de Córdoba), El Progreso, Diario de Pontevedra, La Región, Atlántico, Segre, Diari Mes, Diario de León. (Alayans comercializa las cabeceras de Henneo)

Alphabet Inc.: YouTube Video, YouTube Music, Google.

Amazon / Amazon Ads: Amazon Prime Video, Amazon Music, Twitch.

Atresmedia Corporación de Medios de Comunicación, S.A.: Antena 3, laSexta, Neox, Nova, Mega, Atreseries, Atresplayer, Onda Cero, Europa FM.

Castilla-La Mancha Media: Castilla-La Mancha Televisión, Radio Castilla-La Mancha.

Corporación Aragonesa de Radio y Televisión: Aragón TV, Aragón Radio.

Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals: TV3, Catalunya Ràdio, Catalunya Informació

Corporación Extremeña de Medios Audiovisuales: Canal Extremadura TV, Canal Extremadura Radio.

Corporación Radio e Televisión de Galicia / CRTVG: TVG, Radio Galega.

Corporació Valenciana de Mitjans de Comunicació: À Punt TV, À Punt Ràdio.

Corporación Voz de Galicia, S.A.: La Voz de Galicia, lavozdeg Galicia.es.

Crónicas da Comarca, S.L.: Crónicas da Comarca, cronicasdacomarca.com.

Diario de Prensa Digital, S.L.: eldiario.es, Tinta Libre, El Poder del Amor Moderno.

Delivery:

Detalle de soportes Delivery – Prensa: Alerta; Diario de Burgos; Diario de Ávila; Diario Palentino; Nueva Crónica de León; El Día de Soria; El Día de Segovia; El Día de Valladolid; El Adelantado de Segovia; Diario de Arousa; Diario de Bergantiños; Diario de Ferrol; DxT Campeón; El Ideal Gallego; El Día de La Rioja; La Voz de Almería; Diario Jaén; El Faro de Ceuta; El Faro de Melilla; El Pueblo de Ceuta; Melilla Hoy; Tribuna de Albacete; Tribuna de Ciudad Real; Tribuna de Cuenca; Tribuna de Toledo; Tribuna de Guadalajara; Tribuna de Talavera; Nueva Alcarria; Diario de Avisos; Premsa/Prema Comarcal Valenciana; El Periòdic d'Ontinyent; Escaparate de Ibi; El Nostre Ciutat; Loclar; Canfali Marina Alta; Noticias de Morella; Suheca Estil; 7 Dies Benicarló; 7 Dies Vinaròs; Poble de Vila-Real; Valle de Elda; Portada Info Villena; Soy de Alcalá de Henares; Soy de Alcobendas; Soy de Alcorcón; Soy de Arganda; Soy de Arroyomolinos; Soy de Boadilla; Soy de Colmenar Viejo; Soy de Coslada; Soy de Fuenla; Soy de Humanes; Soy de Las Rozas; Soy de Leganés; Soy de Majadahonda; Soy de Moraleja de Enmedio; Soy de Móstoles; Soy de Pozuelo; Soy de Rivas Vaciamadrid; Soy de San Fernando; Soy de SanSe; Soy de Torrejón; Soy de Tres Cantos; Soy de Villaviciosa de Odón; El Distrito; ARA; Diari de Tarragona; Diari de Sabadell; Diari de Terrassa; El 9 Nou; El Punt Avui; L'Esportiu; La Manyana; Celsona Informació; Comarca d'Olot; Diari de Manlleu; El 3 de Vuit; El Ripollès; El Vallenc; Hora Nova; La Veu de la Segarra; La Veu de l'Anoia; L'Ebre; L'Eco de Sitges; Nova Conca; Nova Tàrrrega; Setmanari Montbui; Capgròs Mataró i Maresme; Cerdanyola al Dia; Diari Més Ebre; El Cargol; La Fura; L'Enllaç dels Anoiencs; L'Independent de Gràcia; Línea Eixample; Línea Nord; Línea Vallès; Revista de Ripolllet; Som Granollers; Som Les Franqueses; Som Mollet; Som Montornès; Som Parets; Tot Cerdanyola; Tot Sant Cugat; L'Economic; La República.

Detalle de soportes Delivery – Digital: axarquiplus.es; canalsur.es; cordobabn.com; diariojaen.es; elcorreoweb.es; lavozdealmeria.com; cordobahoy.es; diariodehuelva.es; elmira.es; horasur.com; huelvahoy.com; lavozdelasubbetica.es; subbetichoy.com; tarifaaldia.es; teleprensa.com; arainfo.org; diariodeteruel.es; lavozdeasturias.es; migijon.com; elfielato.es; esquelasdeasturias.com; arabalears.cat; cronicabaleares.es; dbalears.cat; economiademallorca.com; atlanticohoy.com; biosferadigital.com; canarias7.es; cronicasdelanzarote.es; fuerteven.es; eldia.es/tags/las-palmas; laprovincia.es/tags/tenerife; lavozdefuerteventura.com; noticanarias.com; soldelsurtenerife.com; diariodeavisos.elespanol.com; cantabriadiario.com; eldiarioalerta.com; eldiariocantabria.publico.es; estorrelavega.com; ifomo.es; muchocastro.com; periodicofiltracion.es; clm24.es; elsemanaldelamancha.com; lanzadigital.com; latribunadealbacete.es;

latribunadeciudadreal.es; latribunadecuenca.es; latribunadeguadalajara.es; latribunadetoledo.es; latribunadetalavera.es; nuevaalcarria.com; valdepenasdigital.com; desdeSORIA.es; diariodeavila.es; diariodeburgos.es; diariopalentino.es; eladelantado.com; eldiadevalladolid.com; eldiasegovia.es; eldiasoria.es; lanuevacronica.com; somospalencia.es; tribunaavila.com; tribunaburgos.com; tribunaleon.com; tribunapalencia.com; tribunasalamanca.com; tribunasegovia.com; tribunasoria.com; tribunavalladolid.com; tribunazamora.com; tuvozenpinars.com; zamoranews.com; ara.cat; catalunyapress.es; el9nou.cat; elnacional.cat; elperiodic.com; festadirecte.cat; lamanyana.cat; totbarcelona.cat; vadevi.elmon.cat; vilaweb.cat; elpuntavui.cat/barcelona; elpuntavui.cat/tarragona; elpuntavui.cat/lleida; elpuntavui.cat/girona; lesportiudecatalunya.cat; metropoliabierta.lespanol.com; territoris.cat; viurealspirineus.cat; Diari de Tarragona; castellondiario.com; elnostreciutat.com; loclar.es; noticiasmarinaalta.es/canfali; elperiodic.com/ontinyent; valledelaida.com; 7diesactualitat.com; revistapoble.net; escaparedigital.com; portada.info; tucomarca.com; regiondigital.com; atlantico.net; elidealgallego.com; diariodearousa.com; diariodebergantinos.com; diariodeferrol.com; elprogreso.es; dxtcampeon.com; galiciapress.es; laregion.es; diariodepontevedra.es; diariodolimia.gal; diariodotamega.es; economiaengalicia.com; galiciadiario.com; galiciae.com; nosdiario.gal; noticiasgalicia.com; somoscomarca.es; teleminho.com; eldiadelarioja.es; alcorconhoy.com; fuenlabradanoticias.com; madridiferente.com; madridpress.com; mostoleshoy.com; elconfidencialdigital.com; elindependiente.com; cartagenaactualidad.com; la7tv.es; murcia.com; murciadiario.com; sportcartagena.es; navarra.okdiario.com; pamplonaactual.com; plazanueva.com; tudelahoy.com; cronicavasca.lespanol.com; bi-aste.com; enbizkaia.com; ensanturtzi.com; ceutaactualidad.com; ceutaldia.com; ceutav.com; elfarodeceuta.es; elpueblodeceuta.es; teleceuta.es; elfarodemelilla.es; melillahoy.es.

Ediciones Plaza, S.L.: Valencia Plaza, Alicante Plaza, Murcia Plaza, Revista Plaza.

Editorial Leoncio Rodríguez, S.A.: El Día de Tenerife, eldia.es.

El Adelantado de Segovia, S.L.: El Adelantado de Segovia, eladelantado.com.

El León de El Español Publicaciones, S.A.: El Español, Noticias de Castilla y León, El Digital de Castilla-La Mancha.

Ente Público de Radiotelevisión de las Islas Baleares: IB3 Televisió, IB3 Ràdio.

Estudios Marítimos Naucher, S.L.: Naucher Global, Estudios Marítimos Naucher.

Eumedia, S.A.: Agronegocios, Vida Rural, Mundo Ganadero, Origen.

Euskal Irrati Telebista / EITB: Radio Euskadi, Gaztea.

EXTE: EXTE, PRAN / Pran Media.

Gran Pantalla de Publicidad Exterior, S.L.: Gran Pantalla de Publicidad Exterior, granpantalla.es, Skyled.

Grupo Editorial Agrícola: Revista Agricultura, Ganadería, Agricultura.

Grupo Flaix: Ràdio Flaixbac, Flaix FM.

Grupo Godó: RAC1, La Vanguardia, lavanguardia.com, Mundo Deportivo, mundodeportivo.com, Suplemento de La Vanguardia.

Grupo Henneo: 20 Minutos, 20minutos.es, Heraldo de Aragón / heraldo.es, Diario del Alto Aragón, Business Insider, Auto Bild, Top Gear, Computer Hoy, Hobby Consolas, Cinemania, La Información.

Grupo Joly: Huelva Información, Diario de Cádiz, Málaga Hoy, Granada Hoy, malagahoy.es, huelvainformacion.es.

Grupo Planeta: La Razón, larazon.es, Planeta Vino.

Grupo Plató del Atlántico: Diario de Avisos, diariodeavisos.com, Atlántico Radio.

Grupo Prensa Ibérica: Grupo Prensa Ibérica, Sport, sport.es, Levante - El Mercantil Valenciano, levante-emv.com, Información, informacion.es, Mediterráneo, Faro de Vigo, La Opinión de Murcia, laopiniondemurcia.es, El Correo Gallego, La Opinión A Coruña, Diario de Córdoba, La Opinión de Málaga, laopiniondemalaga.es, El Periódico de Extremadura, Levante TV, Woman, Viajar.

Grupo Prisa: Cadena SER, LOS40, LOS40 Classic, LOS40 Urban, Cadena Dial, Radiolé, El País, elpais.com, AS, as.com, Cinco Días, cincodias.com, HuffPost, huffingtonpost.es, Podium Podcast, Radio Orihuela, Radio Azul.

Grupo Promecal: Navarra TV, Vive Castilla y León, La Tribuna de Ciudad Real, La Tribuna de Toledo, latribunadetoledo.es, El Día de Soria, Diario de Burgos.

Grupo Serra: Última Hora, ultimahora.es, Ara.cat.

Grupo Telefónica: Movistar Plus+, Movistar.

Grupo Unidad Editorial: El Mundo, elmundo.es, Marca, marca.com, Expansión, expansion.com, Radio Marca, Telva, Yo Dona, Suplementos de El Mundo.

Grupo V: Coches y Motos 2000.

Grupo Vocento: ABC, abc.es, XL Semanal, Mujer Hoy, Las Provincias, lasprovincias.es, El Correo, elcorreo.com, El Diario Vasco, El Norte de Castilla, La Verdad de Murcia, laverdad.es, Hoy - Diario de Extremadura, Ideal, Sur, Suplementos de ABC, Comercializadora de Medios de Andalucía, S.L., Six.

La Nueva Crónica y lanuevacronica.com; pertenecen a Grupo Carflor, La edición en papel de La Nueva Crónica se distribuye gratuitamente junto al diario ABC, *Lifestyle*.

Hearst Magazines España: Diez Minutos, Fotogramas, Men's Health, Esquire, Elle.

Informaciones Canarias, S.A.: Canarias7, canarias7.es.

Kiss Media: KISS FM, HIT FM.

Mediaset España: Telecinco, Cuatro, FDF, Divinity, Energy, Be Mad, Mediaset Infinity, Mitele.

Meta Platforms, Inc.: Facebook, Instagram, Meta.

Noroeste en Red: El Bierzo Digital, El Bierzo Noticias.

Publicaciones Alimarket, S.A.: Alimarket, Fruticultura.

Publicaciones del Sur, S.A.: Viva, Andalucía Información, andaluciainformacion.es, 7TV Andalucía.

Radio Televisión Canaria: TV Canaria, Canarias Radio.

Radio Televisión de Castilla y León, S.A.: Castilla y León TV, La 8 Bierzo.

Radio Televisión Madrid: Telemadrid, Onda Madrid.

Radiotelevisión de la Región de Murcia: TV Autónoma de Murcia, Onda Regional de Murcia.

Radiotelevisión del Principado de Asturias: TPA / Televisión del Principado de Asturias, RPA / Radio del Principado de Asturias.

RBA: Lecturas, Semana, National Geographic, Historia National Geographic, Viajes National Geographic, El Mueble, Saber Vivir, Cosas de Casa, Interiores, InStyle, Clara, Arquitectura y Diseño, Cocina Fácil-Lecturas, Cuerpomente.

RTVE: TVE, RTVE Play.

Sport Life Ibérica: Sport Life, Autopista, Automóvil.

Titania Compañía Editorial, S.L.: El Confidencial, Titania.

Warner Bros. Discovery: Warner TV, HBO / Max.

- ***La compra puede realizarse tanto sobre soportes concretos como a través de grupos, circuitos, plataformas o comercializadoras que integran varios soportes.***

Inversión por Ministerios

Agricultura, Pesca y Alimentación	7.732.678,78
Líneas de Apoyo a Campañas-RRPP	2.025.493,26
Atresmedia-Planeta	914.456,79
Grupo Prisa	467.957,13
Grupo Vocento	337.434,26
Zercana Consulting, S.L.	287.942,49
Grupo Prensa Ibérica	264.152,90
Grupo Henneo	255.633,16
Mediaset España	250.857,86
014 Media, S.L.	245.125,12
NewixMedia	230.514,26
RTVE	229.732,06
Grupo Godó	226.100,81
Grupo COPE-Abside Media	222.507,38
Grupo Telefónica	210.709,86
Grupo Delivery Media	195.194,39
Grupo Unidad Editorial	181.856,16
Grupo Alayans	127.483,23
Super 8 Media, S.L.	92.246,91
Bid Discount, S.L.	76.956,00
El Leon de El Español Publicaciones, S.A.	73.852,82
Pulsa Media Consulting, S.L.	70.030,69
RBA	63.107,56
Global Media & Entertainment	58.943,87
Meta Plaforms Inc.	57.922,10
Google	56.672,49
Kiss Media	52.111,80
H2071 Publicidad Consultoría & Patrocinio, S.L.	45.375,00
Diario de Prensa Digital, S.L.	43.191,06
Exterior Plus, S.L.	34.631,28
Hearst Magazines España	33.911,46
Publicaciones Heres, S.A.	29.266,87
Agencia Pública Empresarial de la Radio y Televisión de Andalucía	26.221,30
Grupo Planeta	21.076,34
Eumedia, S.A.	18.595,91
Gran Pantalla de Publicidad Exterior, S.L.	17.222,99
Hola, S.L.	14.755,95
Vidoomy Media, S.L.	14.748,04
Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals	14.315,01
Grupo EIG Multimedia, S.L.	13.830,30
Adtiva Comunicación Creativa, S.L.	13.612,50
Euskal Irrati Telebista	10.847,36
Editorial Corporativa de Medios de Comunicación, S.L.	9.007,07

Spotify Technology S.A.	8.790,00
Corporación Radio Television de Galicia	8.684,17
Display Connectors, S.L.	8.495,22
Grupo Editorial Ecoprensa, S.A.	8.075,54
Titania Compañía Editorial, S.L.	7.298,94
Radio Televisión de Castilla y Leon, S.A.	6.169,31
iVoox Global Podcasting Service S.L.	5.860,01
Revista Emprendedores, S.L.	4.826,45
Capital Gestión Editorial, S.L.	4.573,80
Paramount Global	3.916,59
Grupo Promecal	3.858,52
Viewability	3.206,50
Forbes Media LLC	3.167,36
Grupo Faro	3.109,89
Publicaciones del Sur, S.A.	2.049,74
Ediciones Prensa Libre, S.L.	1.870,38
Corporación Aragonesa de Radio y Television	1.865,44
Grupo Editorial Agrícola	1.573,04
Corporacion Extremeña de Medios Audiovisuales	1.486,36
Grupo Promotor Salmantino, S.A.	1.173,22
Editorial Mong, S.L.	1.089,00
Grupo Mercacei	907,50
Agencia EFE, S.A.U.	759,54
Edigrup Media	685,34
Visofi Iniciativas, S.L.	603,45
Radio Televisión Madrid	490,05
Fundación Sistema	424,71
Lameyer, S.L.	404,24
Sucro, S.L.	353,27
Phytoma España, S.L.	339,44
Ágora Comunicación y Análisis, S.L.	314,30
Publicaciones Alimarket, S.A.	301,73
Grup Vía	251,44
Agronews Castilla y León, S.L.	93,17
Editorial Ecoprensa, S.A.	7,32
Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación	61.000,00
Grupo Unidad Editorial	39.000,00
Google	18.000,00
Meta Plaforms Inc.	3.650,00
X Corp	350,00
Ciencia, Innovación y Universidades	860.582,16
Grupo Prisa	207.778,32
Spotify Technology S.A.	92.472,70
iVoox Global Podcasting Service S.L.	85.000,00
Grupo Vocento	78.741,23

Google	77.272,73
Grupo COPE-Abside Media	60.615,91
Grupo Unidad Editorial	53.524,43
Grupo Prensa Ibérica	47.302,03
Grupo Godó	45.097,00
Grupo Alayans	35.420,09
Grupo Delivery Media	28.850,88
Meta Plaforms Inc.	19.318,17
Grupo Intereconomía	9.096,18
Grupo Henneo	8.555,81
Editorial Ecoprensa, S.A.	7.665,35
Capital Radio Economía, S.L.	3.359,02
El Referente, S.L.	161,41
ADC Media Ediciones Técnicas, S.L.	145,20
Financial Comunicación, S.L.	121,00
Editorial Sanitaria 2000	60,50
Publicaciones Alimarket, S.A.	24,20
Cultura	7.798.103,47
Grupo Prisa	1.157.652,44
014 Media, S.L.	708.204,61
Atresmedia-Planeta	692.666,97
Exterior Plus, S.L.	658.640,09
Google	610.249,08
Mediaset España	536.983,20
Meta Plaforms Inc.	355.809,50
EXTE	212.355,00
Grupo Vocento	200.833,04
ByteDance Ltd	192.692,50
Líneas de Apoyo a Campañas-Influencers	180.888,96
RTVE	179.559,18
Samsung	167.466,42
Grupo Telefónica	154.831,36
Amazon, Inc	151.866,91
Spotify Technology S.A.	119.774,94
Grupo Godó	114.361,73
Moviedis Media	105.875,00
Grupo Prensa Ibérica	101.250,35
Global Media & Entertainment	93.287,53
Vidoomy Media, S.L.	91.587,93
Grupo Unidad Editorial	83.561,84
Pulsa Media Consulting, S.L.	82.422,84
Movistar Arena	82.280,00
Grupo Delivery Media	75.538,95
Paramount Global	68.508,99
Grupo Henneo	61.149,72

Grupo COPE-Abside Media	55.294,76
Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals	53.776,65
Grupo Alayans	51.405,40
Super 8 Media, S.L.	50.396,50
NewixMedia	50.231,94
Grupo Promecal	37.697,04
Grupo Flaix	31.462,97
Gran Pantalla de Publicidad Exterior, S.L.	23.324,32
El Leon de El Español Publicaciones, S.A.	22.085,21
Netflix, Inc.	20.631,56
Diario de Prensa Digital, S.L.	19.644,83
Radio Televisión de Castilla y Leon, S.A.	18.322,43
Titania Compañía Editorial, S.L.	13.440,26
Rugby Challenge Spain S.L.	12.100,00
Euskal Irrati Telebista	10.097,48
Agencia Pública Empresarial de la Radio y Televisión de Andalucía	8.165,00
Corporación Voz de Galicia, S.A.	7.831,94
The Walt Disney Company	7.368,42
Hearst Magazines España	6.655,00
Viewability	6.404,99
Warner Bros. Discovery	5.894,73
Corporación Radio Television de Galicia	5.871,09
Grupo Serra	5.626,77
Líneas de Apoyo a Campañas-Folletos	4.999,72
Norea y Alomán Ediciones, S.L.	3.087,92
Informaciones Canarias, S.A.	2.611,24
Audiovisual 451 C.B.	2.541,00
Corporacion Extremeña de Medios Audiovisuales	2.163,48
Cine con Ñ	1.996,50
Caimán Ediciones, S.L.	1.936,00
Ediciones Prensa Libre, S.L.	1.551,70
Display Connectors, S.L.	1.290,84
El Blog de Cine Español	1.210,00
Crític SCCL	1.181,35
Ente Público de Radiotelevisión de las Islas Baleares	1.160,40
Corporació Valenciana de Mitjans de Comunicacio	1.145,77
Cooperativa Editorial (El Salto)	1.006,72
GDT Ediciones S.L.	966,56
Eme Komunikazioa Koop. Elk. Txikia	963,16
The Rubik Consulting, S.L.	907,50
Radio Television Canaria	896,61
Exit Media	876,04
Asociación Cultural Nortes de Asturias	847,00
MasPúblico	333,96
Wabi Sabi Investments, S.C.	290,40

Brands & Roses S.L.	72,60
Prensa y Servicios de la Lengua	35,64
Poliédrica Digital, S.L.	2,99
Derechos Sociales, Consumo y Agenda 2030	4.800.140,34
Grupo Prisa	1.094.856,32
Grupo Vocento	352.237,87
Atresmedia-Planeta	269.237,71
Grupo Prensa Ibérica	222.835,89
Google	203.107,80
Mediaset España	198.849,47
Spotify Technology S.A.	182.489,63
Grupo Delivery Media	177.694,04
Grupo Godó	161.467,18
014 Media, S.L.	156.990,99
Grupo Unidad Editorial	150.880,00
Grupo COPE-Abside Media	144.742,28
Iwall Inshop, S.A.	138.062,89
Meta Plaforms Inc.	125.962,32
NewixMedia	121.675,18
iVoox Global Podcasting Service S.L.	120.151,92
Grupo Alayans	120.130,19
Global Media & Entertainment	113.914,05
Grupo Henneo	108.610,15
Pulsa Media Consulting, S.L.	85.276,87
Exterior Plus, S.L.	68.477,29
Warner Bros. Discovery	52.290,57
Gran Pantalla de Publicidad Exterior, S.L.	52.223,00
Grupo Telefónica	49.073,06
Netflix, Inc.	45.770,39
Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals	40.110,85
Radio Televisión de Castilla y Leon, S.A.	28.420,18
Grupo Promecal	27.235,71
Diario de Prensa Digital, S.L.	25.378,42
El Leon de El Español Publicaciones, S.A.	24.001,49
Titania Compañía Editorial, S.L.	20.149,33
EXTE	19.352,77
ByteDance Ltd	18.963,06
Agencia Pública Empresarial de la Radio y Televisión de Andalucía	18.380,14
RBA	13.934,36
Display Connectors, S.L.	9.792,97
Euskal Irrati Telebista	8.189,39
X Corp	7.775,94
Corporación Radio Television de Galicia	4.405,35
Editorial Ecoprensa, S.A.	3.869,58
Hola, S.L.	3.496,90

Corporación Aragonesa de Radio y Television	2.081,08
Grupo Noticias	1.836,49
Corporacion Extremeña de Medios Audiovisuales	1.820,75
Editorial Corporativa de Medios de Comunicación, S.L.	1.325,67
Grupo Serra	1.048,96
Ente Público de Radiotelevisión de las Islas Baleares	864,45
Ediciones Prensa Libre, S.L.	699,44
RTVE	0,00
Economía, Comercio y Empresa	1.912.369,82
Atresmedia-Planeta	281.497,17
Grupo Prisa	252.708,36
Grupo Vocento	179.592,75
Grupo COPE-Abside Media	144.954,35
Grupo Prensa Ibérica	122.675,24
Mediaset España	108.508,32
Global Media & Entertainment	99.665,28
RTVE	83.823,50
Netflix, Inc.	76.912,94
Grupo Godó	75.677,54
Grupo Delivery Media	58.776,32
Grupo Unidad Editorial	56.333,58
Grupo Alayans	40.197,89
iVoox Global Podcasting Service S.L.	39.368,56
Google	39.368,56
Grupo Telefónica	38.677,40
Spotify Technology S.A.	33.190,11
Grupo Promecal	30.755,61
Radio Televisión de Castilla y Leon, S.A.	28.786,81
Grupo Henneo	25.229,11
Meta Plaforms Inc.	19.916,07
NewixMedia	13.542,93
Agencia Pública Empresarial de la Radio y Televisión de Andalucía	12.191,14
Grupo Editorial Ecoprensa, S.A.	8.753,96
Diario de Prensa Digital, S.L.	8.539,45
Euskal Irrati Telebista	6.419,66
Corporación Radio Television de Galicia	5.915,56
ByteDance Ltd	5.746,71
Editorial Ecoprensa, S.A.	4.192,65
X Corp	2.457,61
Corporación Aragonesa de Radio y Television	2.345,71
Corporacion Extremeña de Medios Audiovisuales	2.257,86
Vozpopuli Digital, S.A.	2.060,11
Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals	1.331,00
Educación, Formación Profesional y Deportes	1.758.371,96
Grupo Prisa	477.047,18

Atresmedia-Planeta	217.188,39
Mediaset España	187.074,97
Grupo Unidad Editorial	116.366,48
Grupo Vocento	113.444,73
Grupo Prensa Ibérica	81.632,78
Grupo Godó	74.326,95
Grupo Delivery Media	56.975,66
Grupo COPE-Abside Media	53.678,38
Google	43.068,00
Netflix, Inc.	37.683,71
Grupo Alayans	37.525,49
Spotify Technology S.A.	29.784,48
Radio Televisión de Castilla y Leon, S.A.	29.089,46
Grupo Promecal	27.741,22
EXTE	27.549,68
Amazon, Inc	20.935,37
Grupo Henneo	20.684,88
Meta Plaforms Inc.	19.294,01
RTVE	18.178,87
NewixMedia	17.505,37
Agencia Pública Empresarial de la Radio y Televisión de Andalucía	13.865,39
Corporación Radio Television de Galicia	7.378,89
Euskal Irrati Telebista	7.368,29
Diario de Prensa Digital, S.L.	5.555,20
Editorial Ecoprensa, S.A.	5.459,52
El Leon de El Español Publicaciones, S.A.	4.032,05
Titania Compañía Editorial, S.L.	3.216,40
Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuales	1.837,39
Corporación Aragonesa de Radio y Television	1.168,62
Corporacion Extremeña de Medios Audiovisuales	837,48
Display Connectors, S.L.	536,99
Editorial Corporativa de Medios de Comunicación, S.L.	214,14
Ediciones Prensa Libre, S.L.	125,54
Hacienda	7.173.720,98
Atresmedia-Planeta	1.424.451,76
Grupo Prisa	1.245.759,14
Mediaset España	1.076.256,44
Google	450.295,61
Grupo Vocento	376.789,71
Grupo COPE-Abside Media	317.245,29
Grupo Henneo	308.297,85
Grupo Unidad Editorial	264.416,62
Grupo Prensa Ibérica	259.363,08
Grupo Godó	187.783,28
Pulsa Media Consulting, S.L.	174.113,34

Meta Plaforms Inc.	121.924,85
EXTE	114.729,60
Grupo Delivery Media	109.616,62
Kiss Media	80.680,09
El Leon de El Español Publicaciones, S.A.	66.624,00
RTVE	63.900,00
Grupo Joly	62.272,63
Agencia Pública Empresarial de la Radio y Televisión de Andalucía	55.492,35
Diario de Prensa Digital, S.L.	52.333,85
Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuais	40.410,97
Grupo Planeta	39.200,26
Grupo Promecal	35.183,76
Spotify Technology S.A.	34.863,00
Publicaciones del Sur, S.A.	32.273,24
Netflix, Inc.	26.483,72
Amazon, Inc	26.158,92
Corporación Radio Television de Galicia	20.386,41
iVoox Global Podcasting Service S.L.	17.261,70
ByteDance Ltd	16.740,52
Corporació Valenciana de Mitjans de Comunicacio	12.576,78
Castilla-La Mancha Media	11.285,86
Radio Televisión Madrid	10.643,88
Editorial Ecoprensa, S.A.	10.502,80
Corporación Aragonesa de Radio y Television	8.798,39
Viewability	5.650,24
Ente Público de Radiotelevisión de las Islas Baleares	5.495,60
Radiotelevision de la Region de Murcia	4.073,30
Radiotelevisión del Principado de Asturias	3.000,01
Radio Televisión de Castilla y Leon, S.A.	385,51
Corporacion Extremeña de Medios Audiovisuales	0,00
Igualdad	10.165.158,17
Grupo Prisa	1.801.039,37
Atresmedia-Planeta	1.380.428,21
Mediaset España	923.236,38
Grupo Vocento	560.055,97
014 Media, S.L.	431.791,51
Global Media & Entertainment	374.687,73
Grupo Unidad Editorial	365.717,38
Google	364.136,64
Grupo Godó	342.984,54
Grupo Prensa Ibérica	309.890,98
Grupo Telefónica	242.027,97
Grupo COPE-Abside Media	238.204,37
Grupo Delivery Media	217.469,43
Spotify Technology S.A.	217.047,86

Exterior Plus, S.L.	192.239,10
RTVE	188.169,46
Amazon, Inc	178.926,78
Grupo Alayans	170.864,84
Meta Plaforms Inc.	152.486,83
Grupo Henneo	101.009,29
Iwall Inshop, S.A.	95.287,50
Vidoomy Media, S.L.	92.337,55
Bus & Truck Marketing, S.L.	79.860,00
Netflix, Inc.	79.829,75
Conjunto Empresarial RDE, S.L.	79.799,50
H2071 Publicidad Consultoría & Patrocinio, S.L.	78.271,88
NewixMedia	69.538,96
Grupo Promecal	64.827,63
Inversiones y Eventos I10 Network, S.L.	60.375,98
Zercana Consulting, S.L.	57.226,95
Grupo Cerca	54.229,90
Radio Televisión de Castilla y Leon, S.A.	53.308,95
El Leon de El Español Publicaciones, S.A.	50.301,82
RBA	47.749,03
Kiss Media	45.128,03
Promedios Exterior Comunicación, S.L.	39.368,66
Clece, S.A.	37.978,88
Pulsa Media Consulting, S.L.	32.572,99
Agencia Pública Empresarial de la Radio y Televisión de Andalucía	30.433,97
Hearst Magazines España	30.129,00
Titania Compañía Editorial, S.L.	29.190,38
Diario de Prensa Digital, S.L.	27.452,27
Hola, S.L.	19.674,60
Publicaciones Heres, S.A.	15.609,00
Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuais	14.837,54
Euskal Irrati Telebista	13.607,93
ByteDance Ltd	12.218,02
Exteria Group	12.106,05
Corporación Radio Television de Galicia	12.007,55
JFT Comunicación y Expansión de Redes, S.L.N.E.	11.746,75
Corporacion Extremeña de Medios Audiovisuales	9.338,10
Grupo Conde Nast	8.621,25
AS Publicidad Soportes Exterior, S.L.	6.192,78
Display Connectors, S.L.	5.004,94
Promicsa	4.133,32
Sport Life Ibérica	4.047,45
Grupo V	3.854,25
Editorial Corporativa de Medios de Comunicación, S.L.	3.552,46
Editorial Imani	3.418,25

Novotécnica	3.260,07
Viewability	2.660,21
Grupo Serra	2.550,37
Grup Comunicació 21	2.099,35
Radio Television Canaria	1.524,24
iVoox Global Podcasting Service S.L.	1.473,87
Ediciones Prensa Libre, S.L.	1.416,93
Grupo Noticias	1.315,20
El Adelantado de Segovia, S.L.	780,22
La Cambra LGTBIQ+ de Catalunya (ACEGAL)	261,36
Asociación de Empresas y Profesionales para Gays y Lesbianas de Madrid	122,99
JN Global Proyect, S.L.	108,90
Inclusión, SS y Migraciones	1.525.941,14
Grupo Prisa	253.668,62
Exterior Plus, S.L.	155.453,84
Atresmedia-Planeta	149.988,00
Mediaset España	125.182,15
Grupo Telefónica	100.250,44
Global Media & Entertainment	83.017,62
RTVE	76.978,48
Zercana Consulting, S.L.	75.938,87
Gran Pantalla de Publicidad Exterior, S.L.	75.253,89
Google	73.903,42
Sony Pictures Television	55.727,43
Grupo Prensa Ibérica	48.910,45
Pulsa Media Consulting, S.L.	41.541,43
Grupo Henneo	40.911,70
Publinserciones Comunicación, S.L.	26.668,40
Grupo Vocento	25.843,68
TB Media Consulting, S.L.	25.047,00
Agencia Pública Empresarial de la Radio y Televisión de Andalucía	16.240,04
Meta Plaforms Inc.	15.404,55
EXTE	15.306,98
NewixMedia	14.125,00
Vidoomy Media, S.L.	13.138,12
Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals	4.318,21
Grupo Delivery Media	3.630,00
Naver	2.262,69
Adevinta Spain	2.262,69
Zinet Media Global	1.508,46
RBA	1.508,46
Radio Television Canaria	1.194,27
Ente Público de Radiotelevisión de las Islas Baleares	756,25
Industria y Turismo	1.297.930,39
Atresmedia-Planeta	157.901,13

Grupo Vocento	152.561,98
Grupo Prisa	133.378,49
Global Media & Entertainment	119.180,17
Mediaset España	114.197,56
Grupo Cerca	87.715,32
Grupo Delivery Media	53.282,39
Exteria Group	49.428,50
Spotify Technology S.A.	47.974,00
Netflix, Inc.	46.427,70
Warner Bros. Discovery	44.612,70
RTVE	43.516,34
Grupo Prensa Ibérica	37.647,13
Grupo Henneo	37.107,24
Google	35.360,00
Grupo Telefónica	30.853,55
Grupo Unidad Editorial	25.880,91
Meta Platforms Inc.	22.100,01
Pulsa Media Consulting, S.L.	12.772,76
Grupo Promecal	9.082,80
Radio Televisión de Castilla y León, S.A.	8.253,71
NewixMedia	8.143,30
Ediciones Jaguar, S.A.U.	6.616,22
Ideas y Publicidad de Baleares, S.L.	6.405,74
Smart Travel News, S.L.	5.112,25
Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuales	2.032,80
Corporacion Extremeña de Medios Audiovisuales	385,69
Interior	4.294.499,49
Grupo Prisa	887.355,09
Atresmedia-Planeta	751.258,63
Mediaset España	443.380,26
Grupo COPE-Abside Media	427.165,71
Grupo Unidad Editorial	294.603,81
Grupo Vocento	187.678,04
Grupo Prensa Ibérica	136.329,48
Iwall Inshop, S.A.	118.799,10
Grupo Godó	103.708,86
Grupo Henneo	88.883,49
Grupo Delivery Media	82.890,63
Exterior Plus, S.L.	81.219,98
Exteria Group	77.176,39
Kiss Media	75.253,35
Moviedis Media	72.956,52
Global Media & Entertainment	66.430,27
014 Media, S.L.	65.404,81
EXTE	61.874,56

Pulsa Media Consulting, S.L.	58.967,54
Meta Plaforms Inc.	36.080,15
Grupo Alayans	26.268,86
NewixMedia	23.041,12
Google	19.335,80
Grupo Telefónica	17.252,54
Spotify Technology S.A.	12.568,26
Grupo Planeta	12.061,62
RBA	11.328,02
Diario de Prensa Digital, S.L.	10.567,42
El Leon de El Español Publicaciones, S.A.	8.106,69
Publicaciones Heres, S.A.	7.804,50
Titania Compañía Editorial, S.L.	7.348,19
Hola, S.L.	6.558,20
Hearst Magazines España	5.154,60
Grupo V	3.013,02
X Corp	2.591,44
RTVE	2.339,43
Motorpress Iberica	949,85
ByteDance Ltd	793,26
Política Territorial y Memoria Democrática	2.830.984,23
Mediaset España	276.278,84
Exterior 21, S.L.	274.670,00
Grupo Prisa	249.575,41
Atresmedia-Planeta	244.041,76
Grupo Prensa Ibérica	184.443,18
Grupo Vocento	175.078,35
Exteria Group	124.540,23
Grupo Delivery Media	118.367,55
Conjunto Empresarial RDE, S.L.	100.672,00
Google	98.663,79
Sundisa Publicidad Exterior, S.L.	83.308,50
014 Media, S.L.	82.582,50
Spotify Technology S.A.	78.130,22
Diario de Prensa Digital, S.L.	71.701,87
Meta Plaforms Inc.	69.290,57
Amazon, Inc	66.224,51
Grupo Alayans	54.692,97
RTVE	53.576,24
Super 8 Media, S.L.	53.494,10
Grupo Telefónica	50.139,98
Inversiones y Eventos I10 Network, S.L.	47.099,25
Grupo COPE-Abside Media	38.372,71
L'Associació de Mitjans d'Informació i Comunicació (AMIC)	37.019,80
Grupo Unidad Editorial	32.625,40

Grupo Henneo	20.990,73
Gran Pantalla de Publicidad Exterior, S.L.	20.284,12
NewixMedia	18.245,18
Global Media & Entertainment	17.075,52
Grupo Promecal	14.693,33
Radio Televisión de Castilla y Leon, S.A.	14.625,27
Grupo Godó	13.271,28
Líneas de apoyo a campañas-folletos	10.117,40
RBA	8.508,42
Ediciones Plaza, S.L.	8.076,75
Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals	5.742,73
ByteDance Ltd	5.207,40
Publicaciones Heres, S.A.	3.251,88
Hearst Magazines España	2.147,75
Prensa Económica, S.L.	1.418,30
Display Connectors, S.L.	1.369,99
Sucro, S.L.	867,03
Corporacion Extremeña de Medios Audiovisuales	464,64
Ayuntamiento de Alzira	36,78
Presidencia, Justicia y Relaciones con las Cortes	2.985.442,36
014 Media, S.L.	579.921,04
Grupo Prisa	576.183,48
Mediaset España	202.488,15
Atresmedia-Planeta	153.698,51
Exteria Group	152.702,56
Google	150.450,15
RTVE	126.428,79
Grupo Vocento	114.100,84
Gran Pantalla de Publicidad Exterior, S.L.	114.051,70
Global Media & Entertainment	105.260,92
Grupo Unidad Editorial	93.821,76
iVoox Global Podcasting Service S.L.	89.580,18
Adtrackmedia	65.340,00
Spotify Technology S.A.	63.152,81
Meta Plaforms Inc.	52.578,46
Grupo Prensa Ibérica	49.738,91
Grupo Delivery Media	38.923,48
Grupo Alayans	36.833,86
Grupo Henneo	30.437,84
Grupo Godó	21.406,52
ByteDance Ltd	19.014,94
Grupo Cerca	16.493,51
Vidoomy Media, S.L.	15.229,76
El Leon de El Español Publicaciones, S.A.	14.088,24
Editorial Ecoprensa, S.A.	14.066,25

Castilla-La Mancha Media	11.479,88
Microsoft	8.957,61
RBA	8.285,11
Hearst Magazines España	8.247,36
X Corp	7.139,00
Diario de Prensa Digital, S.L.	6.108,79
Titania Compañía Editorial, S.L.	6.024,09
Ente Público de Radiotelevisión de las Islas Baleares	5.514,87
NewixMedia	4.986,42
Grupo Noticias	3.746,04
Karnov Group	2.371,60
Display Connectors, S.L.	2.299,42
Economist & Jurist Group	2.159,85
Corporacion Extremeña de Medios Audiovisuales	1.977,14
Radiotelevision de la Region de Murcia	1.866,73
Grupo Promecal	1.413,28
Corporación Radio Television de Galicia	1.335,26
Ediciones Prensa Libre, S.L.	1.268,53
Euskal Irrati Telebista	1.244,94
Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals	1.046,86
Grupo Serra	885,72
Editorial Corporativa de Medios de Comunicación, S.L.	588,08
Mainkore	503,12
Sanidad	3.779.565,56
Grupo Prisa	654.465,24
Atresmedia-Planeta	502.998,32
Mediaset España	334.087,96
Google	266.747,75
Grupo Unidad Editorial	239.680,04
Spotify Technology S.A.	229.286,66
Meta Plaforms Inc.	149.562,56
RTVE	132.678,00
Global Media & Entertainment	119.412,62
014 Media, S.L.	107.622,00
Grupo Vocento	87.836,74
Pulsa Media Consulting, S.L.	82.677,04
Conjunto Empresarial RDE, S.L.	82.280,00
H2071 Publicidad Consultoría & Patrocinio, S.L.	81.070,00
Grupo Godó	72.280,27
Urban Visión Publicidad Exterior, S.L.	64.619,75
Crazyvity, S.L.	64.130,00
Grupo Henneo	63.932,79
Exterior Plus, S.L.	53.106,05
Grupo COPE-Abside Media	51.481,78
Grupo Prensa Ibérica	44.406,72

ByteDance Ltd	44.050,56
Clear Channel España, S.L.U.	37.661,25
NewixMedia	35.467,90
Gran Pantalla de Publicidad Exterior, S.L.	26.007,74
El Leon de El Español Publicaciones, S.A.	19.983,26
Clece, S.A.	16.274,50
Paramount Global	14.289,60
Grupo Promecal	13.929,51
Iwall Inshop, S.A.	13.269,83
Amazon, Inc	11.616,00
ABBA Publipez, S.L.	11.616,00
Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals	11.119,98
Agencia Pública Empresarial de la Radio y Televisión de Andalucía	10.692,02
Diario de Prensa Digital, S.L.	7.504,87
Radio Televisión de Castilla y Leon, S.A.	7.417,36
Super 8 Media, S.L.	6.588,45
Viewability	3.435,11
Rakuten Group, Inc.	2.872,40
Corporacion Extremeña de Medios Audiovisuales	1.406,93
Trabajo y Economía Social	927.862,91
Global Media & Entertainment	115.607,37
Grupo Prisa	114.627,73
Grupo Unidad Editorial	58.305,25
Grupo Vocento	54.925,31
Exterior 21, S.L.	54.208,00
014 Media, S.L.	53.736,10
Grupo COPE-Abside Media	47.999,49
Conjunto Empresarial RDE, S.L.	47.008,50
Gran Pantalla de Publicidad Exterior, S.L.	46.150,56
Exteria Group	40.910,10
Grupo Delivery Media	40.267,65
Grupo Alayans	39.622,72
Grupo Henneo	32.363,50
Grupo Godó	31.359,88
Atresmedia-Planeta	30.492,00
Super 8 Media, S.L.	25.410,00
El Leon de El Español Publicaciones, S.A.	22.991,68
Grupo Prensa Ibérica	21.729,47
RBA	10.642,19
iVoox Global Podcasting Service S.L.	9.000,00
Publicaciones Heres, S.A.	8.324,80
Hearst Magazines España	5.498,24
Hola, S.L.	5.246,56
Meta Plaforms Inc.	2.995,76
Agencia Pública Empresarial de la Radio y Televisión de Andalucía	2.920,70

Euskal Irrati Telebista	1.753,29
ByteDance Ltd	1.354,24
Sosfe Europe, S.L.	983,23
Corporación Radio Television de Galicia	884,09
Líneas de Apoyo a Campañas-Nota de prensa	544,50
Transformación Digital y de la Función Pública	5.736.182,06
Grupo Prisa	822.880,23
Atresmedia-Planeta	604.524,57
Exterior Plus, S.L.	464.003,97
Grupo COPE-Abside Media	375.322,52
TVUp Media Telecom S.L.	343.917,06
Grupo Telefónica	297.645,02
Mediaset España	294.111,46
Ikö Media Group	285.862,50
Grupo Unidad Editorial	235.848,31
Grupo Prensa Ibérica	132.820,13
Sony Pictures Television	120.087,73
Grupo Godó	119.856,12
Grupo Vocento	118.292,05
Warner Bros. Discovery	116.141,07
Soportes y Medianeras, S.L.	108.900,00
Defi Group, S.A.S.	105.270,00
Grup Mediapro, S.L.U.	96.800,00
Google	96.223,94
Meta Plaforms Inc.	93.290,03
014 Media, S.L.	89.258,55
Amazon, Inc	65.342,49
Pulsa Media Consulting, S.L.	60.945,89
Grupo Delivery Media	57.319,51
Rakuten Group, Inc.	54.635,37
Grupo Promecal	53.498,65
VSA Comunicación S.L.	52.937,50
Grupo Henneo	51.625,26
Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals	42.117,16
Spotify Technology S.A.	38.542,19
Kiss Media	35.502,77
Grupo Alayans	33.693,66
RBA	31.195,00
Editorial Ecoprensa, S.A.	30.032,20
NewixMedia	27.696,90
Diario de Prensa Digital, S.L.	23.667,60
Radio Televisión de Castilla y Leon, S.A.	18.408,70
RTVE	18.314,45
Publinserciones Comunicación, S.L.	15.881,25
Grupo Planeta	12.075,80

Grupo Flaix	10.500,72
Viewability	10.464,81
Corporacion Extremeña de Medios Audiovisuales	10.190,60
Agencia Pública Empresarial de la Radio y Televisión de Andalucía	8.438,83
Paramount Global	7.552,12
Titania Compañía Editorial, S.L.	6.752,99
Euskal Irrati Telebista	4.813,38
Grupo V	4.637,66
Grupo Editorial Ecoprensa, S.A.	4.597,47
Grupo Conde Nast	4.353,58
Corporación Radio Television de Galicia	4.105,29
Samsung	3.414,77
Webos Media, S.L.	2.898,87
Corporació Valenciana de Mitjans de Comunicacio	2.338,74
Hearst Magazines España	2.236,08
Sport Life Ibérica	2.083,62
Netflix, Inc.	1.634,19
The Walt Disney Company	680,73
Transición Ecológica y el Reto Demográfico	5.395.878,51
Grupo Prisa	525.473,32
Atresmedia-Planeta	476.255,99
Grupo Vocento	353.431,46
Global Media & Entertainment	346.274,81
Grupo COPE-Abside Media	306.797,31
Grupo Prensa Ibérica	288.618,40
Mediaset España	257.440,69
Grupo Promecal	253.343,12
NewixMedia	228.739,33
Google	221.027,51
Grupo Delivery Media	201.009,26
Exteria Group	148.159,90
Radio Televisión de Castilla y Leon, S.A.	139.887,49
Grupo Godó	126.553,87
Grupo Unidad Editorial	113.720,65
Grupo Alayans	97.840,89
014 Media, S.L.	97.707,50
Conjunto Empresarial RDE, S.L.	81.675,00
Meta Plaforms Inc.	80.972,22
MediaShoppers	69.974,86
Gran Pantalla de Publicidad Exterior, S.L.	67.730,27
RTVE	64.777,78
RBA	60.909,22
Xpezial360, S.L.	59.895,00
Corporación Voz de Galicia, S.A.	51.639,60
Moviedis Media	49.005,00

El Leon de El Español Publicaciones, S.A.	34.593,82
Grupo Henneo	32.458,40
Pulsa Media Consulting, S.L.	30.118,72
Adtrackmedia	27.104,00
Líneas de Apoyo a Campañas-folletos, cartelería, etc	28.849,95
Titania Compañía Editorial, S.L.	24.578,18
Grupo El Progreso	23.595,00
Agencia Pública Empresarial de la Radio y Televisión de Andalucía	23.309,82
El Periódico de la Energía S.L.	22.808,50
Editorial Ecoprensa, S.A.	22.506,00
Exterior Plus, S.L.	22.431,58
Diario de Prensa Digital, S.L.	20.246,49
Publicaciones del Sur, S.A.	19.837,95
Publicaciones Heres, S.A.	16.389,45
Radiotelevision de la Region de Murcia	15.485,59
Grupo Editorial Ecoprensa, S.A.	15.317,46
Edigrup Media	14.461,44
Hola, S.L.	13.772,22
Clear Channel España, S.L.U.	13.107,28
Display Connectors, S.L.	13.035,62
Euskal Irrati Telebista	12.804,03
Corporación Radio Television de Galicia	12.756,83
Corporacion Extremeña de Medios Audiovisuales	9.845,17
La Region, S.A.	9.253,48
Radiotelevisión del Principado de Asturias	8.046,29
Grupo Joly	7.927,12
Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals	7.676,42
Corporació Valenciana de Mitjans de Comunicacio	7.656,58
Hearst Magazines España	7.216,44
Grupo Serra	7.021,71
Spotify Technology S.A.	6.641,56
Capital Gestión Editorial, S.L.	6.606,60
Haya Comunicación, S.L.	6.065,13
Grupo Tecma Red S.L.	5.808,00
EXTE	5.000,00
Revista Emprendedores, S.L.	4.980,36
ByteDance Ltd	4.459,25
ZimmerPress	4.210,80
Noroeste en Red	4.126,10
Ethic, S.L.	3.751,00
Castilla-La Mancha Media	3.353,71
Editorial Leoncio Rodríguez, S.A.	2.859,04
Grupo Plató del Atlántico	2.675,00
Garherve, S.L.	2.613,60
Cealfe, S.L.	2.562,75

Corporación Aragonesa de Radio y Television	2.317,39
Libertad Digital, SA	2.117,50
Crónicas da Comarca, S.L.	2.100,00
A.M. Quercus, S.L.	1.998,01
Ediciones Plaza, S.L.	1.887,60
Ediciones Prensa Libre, S.L.	1.879,73
Grupo EIG Multimedia, S.L.	1.819,36
Grupo Tribuna	1.815,00
Onda Costa, S.L.	1.512,50
Agregador de Contenidos Caloryfrio, S.L..	1.480,22
Grupo Promotor Salmantino, S.A.	1.445,95
Cadena Azul Radio, S.L.	1.355,20
Promecom S.L.	1.306,80
Grupo Barrios C.B.	1.197,90
Valdeorras de Cerca	1.089,00
Viewability	1.007,15
El Adelantado de Segovia, S.L.	847,00
Informaciones Canarias, S.A.	802,50
Revista Salvaje, S.L. (Salvaje Comunicación)	762,30
Rias Baixas Comunicación, S.A.	749,00
Ediciones la Meseta, S.L.	699,38
iMediaCyl	665,50
iVoox Global Podcasting Service S.L.	618,44
Ecos C-LM, S.L.	605,00
EPE Diario Lanza	605,00
Tenerife Sol del Sur S.L.	535,00
Prensa Noroeste de Murcia, S.L.	423,50
Servicios de Difusión TV Tele Elx, S.A.	423,50
Producciones Izquierdo Moreno S.L.	423,50
El Día Digital, S.L.	374,50
Kiss Media	353,93
Abengsa Company, S.L.	302,50
Servicios Generales de Comunicación y Gestión, S.L.	302,50
Castilla y León TV	262,57
Productos y Servicios Digitales Bierzo S.L.	242,00
Bierzo Diario	211,75
Tenerife Ahora	171,20
Narciso Ramos Comunicación S.L.U.	160,50
FM Bierzo	141,57
Líneas de Apoyo a Campañas-Producción	81,67
Transportes y Movilidad Sostenible	2.019.463,95
Grupo Prisa	635.784,14
Atresmedia-Planeta	357.649,21
Mediaset España	281.614,48
Grupo Unidad Editorial	112.224,68

Google	101.115,83
RTVE	95.082,25
Spotify Technology S.A.	64.766,08
Gran Pantalla de Publicidad Exterior, S.L.	56.368,01
Clear Channel España, S.L.U.	52.817,38
Pulsa Media Consulting, S.L.	38.371,58
Grupo Prensa Ibérica	33.506,93
Meta Plaforms Inc.	24.534,10
NewixMedia	19.272,21
Grupo Godó	15.250,74
Grupo Promecal	13.357,04
ByteDance Ltd	12.404,08
Grupo Vocento	12.061,16
Radio Televisión de Castilla y Leon, S.A.	10.804,34
Viewability	8.810,25
Diario de Prensa Digital, S.L.	7.850,01
Grupo Henneo	7.557,49
Grupo COPE-Abside Media	7.385,51
Adevinta Spain	7.260,00
Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuales	6.854,65
Microsoft	6.000,00
Estudios Marítimos Naucher, S.L.	3.630,00
Corporacion Extremeña de Medios Audiovisuales	2.672,77
Financial Comunicación, S.L.	2.420,00
Forbes Media LLC	2.420,00
El Canal Marítimo y Logístico S.L.	2.020,70
Grupo Intereconomía	1.815,00
Nautimedia Comunicación & Recblau audiovisuales	1.815,00
Fly Press, S.L.L.	1.815,00
Grupo Aire	1.815,00
X Corp	1.500,00
Key Publishing	1.392,00
Grupo XXI	1.303,33
El Mercantil, S.L.	1.210,00
Confederación Española de Transporte de Mercancías (CETM)	1.210,00
Grupo Diario Editorial, S.L.	1.149,50
AINE (Asociación de Ingenieros Navales y Oceánicos de España)	1.000,00
Grupo Edefa, S.A.	908,00
Spainmedia	665,50
Vivienda y Agenda Urbana	2.486.935,81
Grupo Prisa	620.741,32
Atresmedia-Planeta	320.896,23
Grupo Prensa Ibérica	213.844,54
Grupo Unidad Editorial	207.981,35
Grupo Vocento	174.478,22

Mediaset España	145.542,14
Grupo Godó	131.616,71
Grupo Alayans	84.666,12
Global Media & Entertainment	83.954,64
Google	72.779,76
Exterior Plus, S.L.	58.320,10
Iwall Inshop, S.A.	53.031,26
Grupo Telefónica	51.850,92
Spotify Technology S.A.	39.189,09
Meta Plaforms Inc.	39.189,09
Adtrackmedia	31.944,00
Grupo Henneo	27.709,40
Diario de Prensa Digital, S.L.	23.375,42
Agencia Pública Empresarial de la Radio y Televisión de Andalucía	21.728,41
Gran Pantalla de Publicidad Exterior, S.L.	20.811,95
Grupo Editorial Ecoprensa, S.A.	11.196,88
Grupo Flaix	10.862,98
Euskal Irrati Telebista	9.474,59
Corporación Radio Television de Galicia	8.487,12
NewixMedia	7.564,92
Display Connectors, S.L.	4.508,84
Grupo Serra	3.165,46
Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals	2.434,52
Ediciones Prensa Libre, S.L.	2.178,00
Editorial Corporativa de Medios de Comunicación, S.L.	1.814,99
Linde Comunicación, S.L.	484,00
Editorial Ecoprensa, S.A.	435,24
Grupo Cesine	363,00
Omnimedia, S.L.	314,60
RTVE	0,00
TOTAL	75.542.812,09