



GOBIERNO  
DE ESPAÑA

MINISTERIO  
DE LA PRESIDENCIA, JUSTICIA  
Y RELACIONES CON LAS CORTES

Comisión de Publicidad y  
Comunicación Institucional

# PLAN 2024

## de Publicidad y Comunicación Institucional

## Índice

I.	Introducción .....	3
II.	Datos principales y distribución por ministerios .....	7
III.	Prioridades de publicidad y comunicación .....	9
IV.	Distribución por objetivos .....	10
V.	Ranking de campañas .....	13
VI.	Distribución de las herramientas de comunicación .....	14
VII.	Difusión y población de las campañas .....	15
VIII.	La Publicidad Institucional en los Presupuestos Generales del Estado .....	16
IX.	Principales magnitudes y su evolución .....	18
X.	Conclusiones .....	21
XI.	Campañas comerciales no sujetas a la Ley 29/2005 .....	22
Anexos	.....	25
Anexo I:	Campañas institucionales por ministerio y centro directivo/organismo .....	26
Anexo II:	Campañas institucionales por ministerio y coste .....	30
Anexo III:	Relación de campañas institucionales 2024 .....	38
	Presidencia del Gobierno .....	38
	Presidencia, Justicia y Relaciones con las Cortes .....	39
	Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación .....	41
	Defensa .....	42
	Hacienda .....	43
	Interior .....	44
	Transportes y Movilidad Sostenible .....	47
	Educación, Formación Profesional y Deportes .....	48
	Trabajo y Economía Social .....	49
	Industria y Turismo .....	52
	Agricultura, Pesca y Alimentación .....	53
	Política Territorial y Memoria Democrática .....	58
	Transición Ecológica y el Reto Demográfico .....	59
	Vivienda y Agenda Urbana .....	73
	Cultura .....	74
	Economía, Comercio y Empresa .....	78
	Sanidad .....	78
	Derechos Sociales, Consumo y Agenda 2030 .....	81
	Ciencia, Innovación y Universidades .....	84
	Igualdad .....	86
	Inclusión, Seguridad Social y Migraciones .....	89
	Transformación Digital y de la Función Pública .....	91
	Juventud e Infancia .....	94



Anexo IV: Relación de campañas comerciales 2024 .....	97
Presidencia, Justicia y Relaciones con las Cortes .....	97
Hacienda .....	97
Transportes y Movilidad Sostenible .....	103
Industria y Turismo.....	106
Agricultura, Pesca y Alimentación.....	108
Transición Ecológica y el Reto Demográfico.....	109
Vivienda y Agenda Urbana .....	110
Cultura .....	111
Economía, Comercio y Empresa .....	113
Ciencia, Innovación y Universidades .....	115
Transformación Digital y de la Función Pública .....	115

## I. Introducción

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

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

La **Ley 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 mismo artículo para difundir un mensaje u objetivo común a una pluralidad de destinatarios.

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

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

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

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

Respecto a la **accesibilidad** de las campañas **institucionales** de publicidad y de comunicación, **la nueva redacción del artículo 5** de la Ley, modificada por la disposición final 3 de la Ley 11/2023, de 8 de mayo, recoge lo siguiente: *1. Se garantizará el acceso a la información a las personas con discapacidad; 2. En concreto, las campañas institucionales de publicidad y de comunicación de la Administración General del Estado contarán con subtítulo, interpretación en lengua de signos y audiodescripción, y promoverán los formatos que aseguren la accesibilidad cognitiva; 3. Estas prestaciones de accesibilidad universal se atenderán a las respectivas normas técnicas que resulten de aplicación y serán obligatorias para las campañas emitidas desde el 1 de enero de 2024.*

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

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

*A partir del 1 de enero de 2024, las medidas de accesibilidad de las campañas institucionales se atenderán a lo establecido en la nueva redacción del artículo 5 de la Ley 29/2005 de publicidad y comunicación institucional*

La Ley 29/2005 no se aplica a las campañas de carácter industrial, comercial o mercantil que tengan previsto llevar a cabo los departamentos ministeriales de la AGE y demás entidades integrantes del sector público estatal para el cumplimiento de sus fines, ni tampoco a las disposiciones normativas, resoluciones y actos administrativos o judiciales y demás información sobre las actuaciones públicas que deban difundirse por mandato legal. No obstante, este plan anual dedica un capítulo y un anexo a esta información. Respecto a la **accesibilidad** de estas campañas, y teniendo en cuenta el **R.D. 674/2023, de 18 de julio**, por el que se aprueba el Reglamento de las condiciones de utilización de la lengua de signos española y de los medios de apoyo a la comunicación oral para las personas sordas, con discapacidad auditiva y sordociegas, que en su artículo 24 establece las exigencias en materia de **subtitulado** para asegurar que las personas sordas, con discapacidad auditiva y sordociegas puedan acceder a los contenidos y a los servicios de comunicación social de titularidad pública o con carácter de servicio público, esta medida de accesibilidad será aplicable también a las campañas de carácter industrial, comercial o mercantil.

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

**El presente Plan recoge** cada campaña institucional cuya contratación se prevé realizar durante el año 2024, además de la información que exige el artículo 12 de la Ley (*Anexo III*), relativa a la difusión, idioma, evaluación y aplicación presupuestaria a la que se imputa cada iniciativa de publicidad y comunicación institucional.

A su vez, la Ley señala que cuando por motivos sobrevenidos deban realizarse campañas institucionales de publicidad y comunicación no recogidas en este Plan (artículo 13 de la Ley 29/2005 y artículo 11.4 del Real Decreto 947/2006), y para garantizar que el objetivo de la transparencia se mantiene a lo largo de todo el ejercicio, el órgano o entidad que promueva o controle la campaña habrá de recabar la autorización del titular del departamento previa comunicación a la Comisión, el cual posteriormente dará cuenta de la autorización concedida al Consejo de Ministros. En resumen, **el presente Plan recoge las previsiones y la planificación para el año 2024** en materia de publicidad y comunicación institucional de todos los ministerios y de los organismos y entidades a ellos adscritos. Las campañas incluidas en este Plan han sido comunicadas a la Comisión, por parte de todos los departamentos ministeriales, con una finalidad puramente informativa y planificadora, dado que las distintas campañas se concretarán en el momento en que se lleve a cabo su contratación y la elaboración del plan de medios correspondiente.

*Las campañas de carácter industrial, comercial o mercantil tendrán en cuenta las exigencias en materia de subtitulado establecidas en el R.D. 674/2023*

*El presente Plan es el decimoséptimo desde que se promulgó la Ley*

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

**Los compromisos de gasto** asumidos por los departamentos ministeriales, sus organismos y entidades adscritas, para la realización de las actividades incluidas en el presente Plan, **estarán**, en todo caso, **condicionados por las disponibilidades presupuestarias** con que cuenten los mismos durante el ejercicio 2024 (las establecidas en la Ley de Presupuestos Generales del Estado para el año 2023 prorrogada para 2024 o en la Ley de Presupuestos Generales del Estado para el año 2024, en caso de que ésta se apruebe).

En el **capítulo IX** se incluye la **evolución de las principales magnitudes desde el año 2007**, año de elaboración del primer Plan de Publicidad y Comunicación Institucional. Esta evolución demuestra el esfuerzo llevado a cabo para compaginar la eficacia y la eficiencia de las campañas planificadas y la austeridad en el gasto. En este sentido, es muy significativa la **reducción de la previsión presupuestaria** dedicada a esta materia desde el año 2007 hasta el presente Plan (48,41% de disminución del presupuesto del año 2024 con respecto al año 2007 en campañas institucionales; 26,70% de disminución en idénticos periodos considerando conjuntamente las campañas institucionales y las comerciales).

Por último, y aunque no entran dentro del ámbito de aplicación de la Ley de Publicidad y Comunicación Institucional, el Plan reserva unos apartados (capítulo XI y anexo IV) en los que se recogen las campañas de carácter comercial, industrial o mercantil que llevará a cabo la AGE durante el año 2024.

*En un apartado final se recogen las campañas de carácter comercial, industrial o mercantil que se llevarán a cabo en el año 2024*

## II. Datos principales y distribución por ministerios

La Administración General del Estado llevará a cabo durante el **año 2024** un total de **162 campañas** de publicidad institucional, con un **coste total previsto de 138.299.864 euros**.

Los ministerios que han planificado un número mayor de campañas (10 o más, ver cuadro 2.1) serán Transición Ecológica y el Reto Demográfico con 42; Agricultura, Pesca y Alimentación y Cultura con 12 campañas cada uno.

Por tanto, en cuanto al número de campañas se refiere, los tres ministerios mencionados realizarán el 40,74% de las campañas de publicidad institucional.

En cuanto al **peso inversor de las campañas** a realizar, destacan (por encima del 10% del presupuesto total) los ministerios de Agricultura, Pesca y Alimentación con el 15,59% (21.562.954 euros) e Igualdad con el 12,67% (17.521.000 euros).

La inversión prevista de estos dos ministerios relacionados suma el 28,26% del total de la inversión prevista en publicidad institucional para 2024.

*Para el año 2024 se ha planificado una inversión de 138,29 millones de euros en publicidad institucional en 162 campañas*

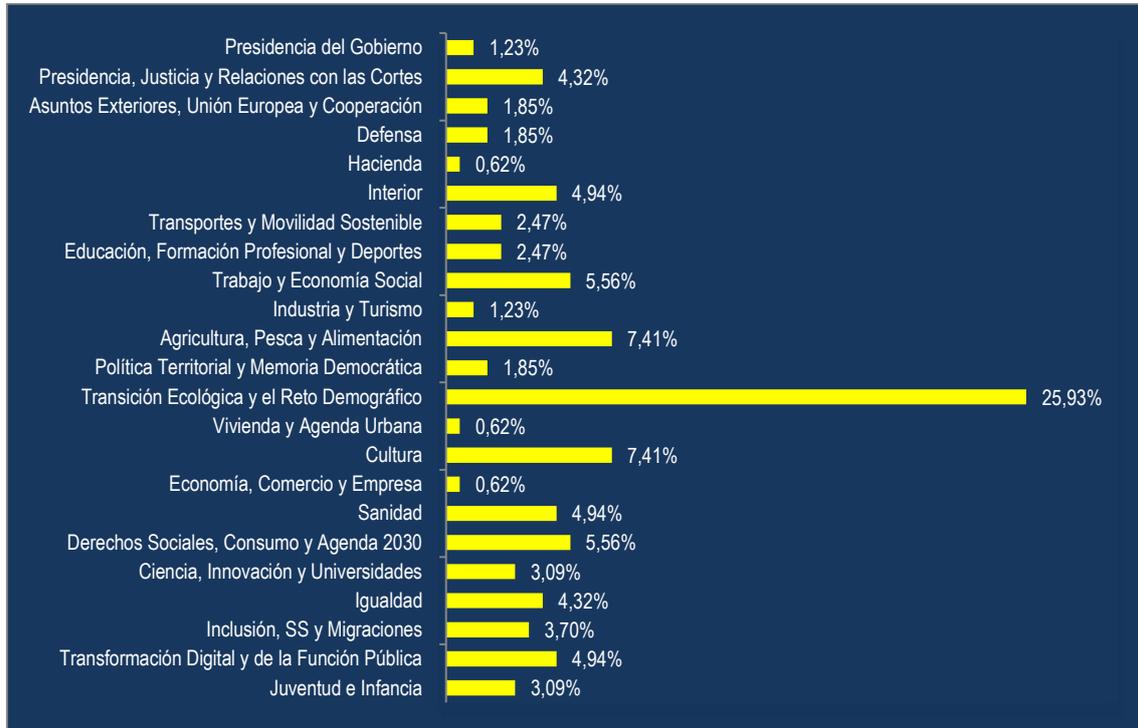
*La inversión prevista por Agricultura, Pesca y Alimentación representa el 15,59% del total planificado por la AGE para 2024*

**Cuadro 2.1**

Ministerio	Campañas Institucionales			
	Número	%	Presupuesto	%
Presidencia del Gobierno	2	1,23%	20.000	0,01%
Presidencia, Justicia y Relaciones con las Cortes	7	4,32%	3.950.000	2,86%
Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación	3	1,85%	26.000	0,02%
Defensa	3	1,85%	100.000	0,07%
Hacienda	1	0,62%	9.000.000	6,51%
Interior	8	4,94%	11.389.800	8,24%
Transportes y Movilidad Sostenible	4	2,47%	3.371.300	2,44%
Educación, Formación Profesional y Deportes	4	2,47%	2.080.000	1,50%
Trabajo y Economía Social	9	5,56%	2.203.684	1,59%
Industria y Turismo	2	1,23%	1.538.960	1,11%
Agricultura, Pesca y Alimentación	12	7,41%	21.562.954	15,59%
Política Territorial y Memoria Democrática	3	1,85%	1.000.000	0,72%
Transición Ecológica y el Reto Demográfico	42	25,93%	9.504.500	6,87%
Vivienda y Agenda Urbana	1	0,62%	3.500.000	2,53%
Cultura	12	7,41%	8.370.170	6,05%
Economía, Comercio y Empresa	1	0,62%	2.865.000	2,07%
Sanidad	8	4,94%	3.085.000	2,23%
Derechos Sociales, Consumo y Agenda 2030	9	5,56%	9.208.345	6,66%
Ciencia, Innovación y Universidades	5	3,09%	515.000	0,37%
Igualdad	7	4,32%	17.521.000	12,67%
Inclusión, SS y Migraciones	6	3,70%	7.485.000	5,41%
Transformación Digital y de la Función Pública	8	4,94%	13.658.151	9,88%
Juventud e Infancia	5	3,09%	6.345.000	4,59%
<b>TOTAL</b>	<b>162</b>	<b>100,00%</b>	<b>138.299.864</b>	<b>100,00%</b>

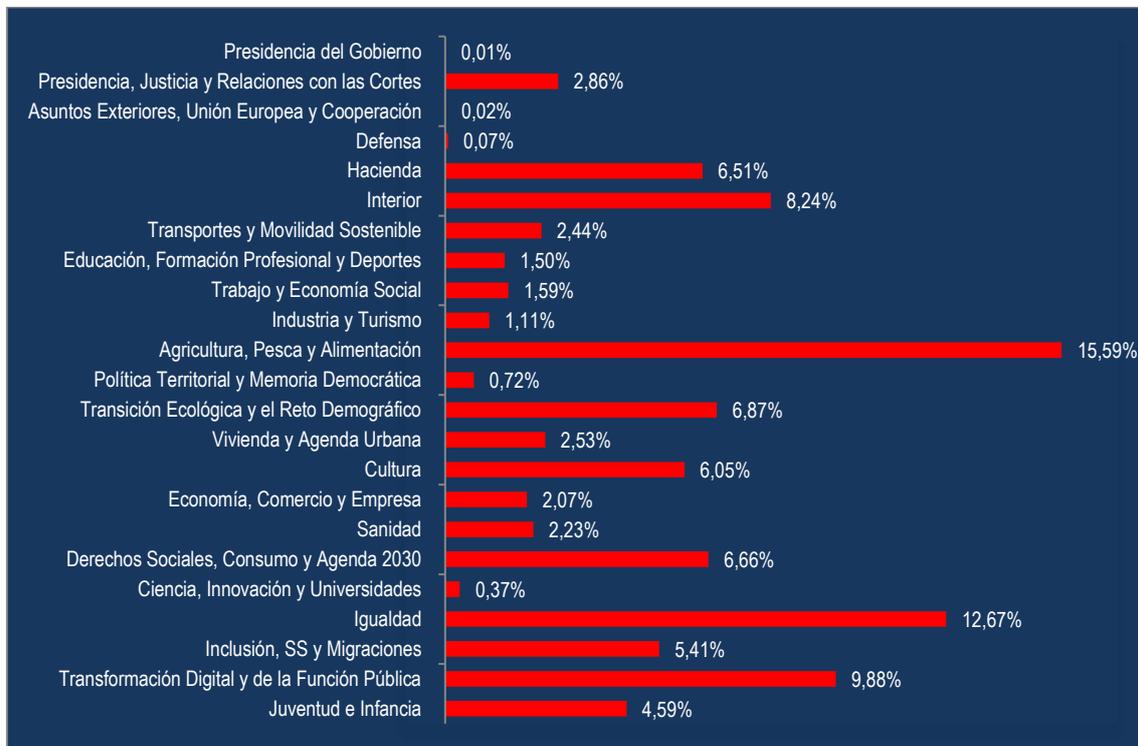
## Número de campañas. Total: 162

### Gráfico 2.2



## Presupuesto total: 138.299.864

### Gráfico 2.3



### III. Prioridades de publicidad y comunicación

Las **prioridades** de la Administración General del Estado en materia de publicidad y comunicación institucional en el año 2024 en cuanto a inversión, serán las siguientes:

- **Promoción en materia de derechos y deberes de los ciudadanos:** información en materia de seguridad vial; derecho de sufragio; acciones formativas sobre pensiones y cotización autónomos; trabajo con derechos; conciliación; relaciones entre el ciudadano y la Administración de Justicia; contra el racismo; promoción de la igualdad, derechos culturales; contra la vulneración de derechos de propiedad intelectual; el valor de la migración; discapacidad; información acerca de ayudas y cohesión territorial; que suponen un 46,58% del coste previsto.
- **Promoción de hábitos saludables y seguros para la ciudadanía y el cuidado de su entorno:** promoción en materia de salud; viajar seguro; cuidado del medioambiente; antifalsificación; ciberseguridad; prevención frente al uso de pantallas en menores y riesgos de los videojuegos; seguridad en el trabajo; cuidado de los ríos, buen uso del agua; consumo sostenible; promoción de consumo de alimentos de calidad; con el 34,19% del presupuesto.
- **Promoción del turismo y la cultura:** incentivar el consumo de cultura (bono cultural joven); la nueva Galería de las Colecciones Reales; la Red de Caminos Naturales de España; la programación de la Filmoteca Española; promoción del cine español; la lectura; difusión de convocatorias de premios y certámenes, que alcanza el 7,26% de las previsiones.
- **Apoyo al desarrollo de nuevas tecnologías:** impulso a la digitalización en pymes y en entorno rural (Agenda Digital 2026, Kit Digital, Aplicaciones del 5G, etc.). Esta partida alcanza el 6,34% de las previsiones presupuestarias.
- **Conocimiento por parte de la ciudadanía de las infraestructuras y medios de transporte público:** publicidad en materia de transporte público; sistema portuario; ferrocarriles; con el 2,45% del presupuesto.
- **Campañas sobre la oferta de empleo público:** difusión convocatoria de plazas de control aéreo, acceso a los cuerpos específicos de justicia y Seguridad Social. Esta partida supone el 1,44%.
- **Otras prioridades,** conmemoración de efemérides, plan de seguros agrarios, etc., a las que se destinará el 1,75% del coste previsto.

*Promoción de los derechos y deberes de los ciudadanos, y la promoción de los hábitos saludables y seguros para la ciudadanía y el cuidado de su entorno, suponen el 80,76% de la inversión prevista para 2024*

#### Gráfico 3.1



## IV. Distribución por objetivos

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

El objetivo que se buscará en un mayor número de campañas a lo largo de 2024 será el objetivo **“J”**, **Comunicar programas y actuaciones públicas de relevancia e interés social**.

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

En tercer y cuarto lugar figuran los objetivos relativos a *informar sobre derechos y obligaciones legales, de aspectos relevantes del funcionamiento de las instituciones públicas y de las condiciones de acceso y uso de los espacios y servicios públicos* (objetivo B) y *promover la difusión y conocimiento de los valores y principios constitucionales* (objetivo A).

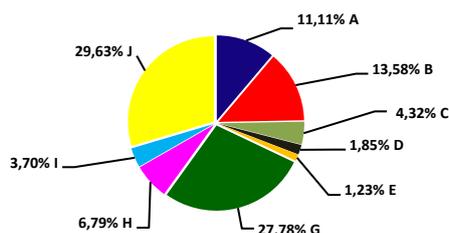
*Durante el año 2024 los objetivos “J” comunicar programas y “G” anunciar medidas preventivas, serán los que persigan el mayor número de campañas*

### Distribución por objetivos: número de campañas

**Cuadro 4.1**

Objetivo	Número de Campañas	Porcentaje
A. Promover la difusión y conocimiento de los valores y principios constitucionales	18	11,11%
B. Informar sobre derechos y obligaciones legales, de aspectos relevantes del funcionamiento de las instituciones públicas y de las condiciones de acceso y uso de los espacios y servicios públicos	22	13,58%
C. Informar a los ciudadanos sobre la existencia de procesos electorales y consultas populares	7	4,32%
D. Difundir el contenido de aquellas disposiciones jurídicas que, por su novedad y repercusión social, requieran medidas complementarias para su conocimiento general	3	1,85%
E. Difundir ofertas de empleo público que por su importancia e interés así lo aconsejen	2	1,23%
F. Advertir de la adopción de medidas de orden o seguridad pública cuando afecten a una pluralidad de destinatarios		0,00%
G. Anunciar medidas preventivas de riesgos o que contribuyan a la eliminación de daños de cualquier naturaleza para la salud de las personas o el patrimonio natural	45	27,78%
H. Apoyar a sectores económicos españoles en el exterior, promover la comercialización de productos españoles y atraer inversiones extranjeras	11	6,79%
I. Difundir las lenguas y el patrimonio histórico y natural de España	6	3,70%
J. Comunicar programas y actuaciones públicas de relevancia e interés social	48	29,63%
<b>Total</b>	<b>162</b>	<b>100,00%</b>

**Gráfico 4.2**



## Distribución de los objetivos por presupuesto planificado

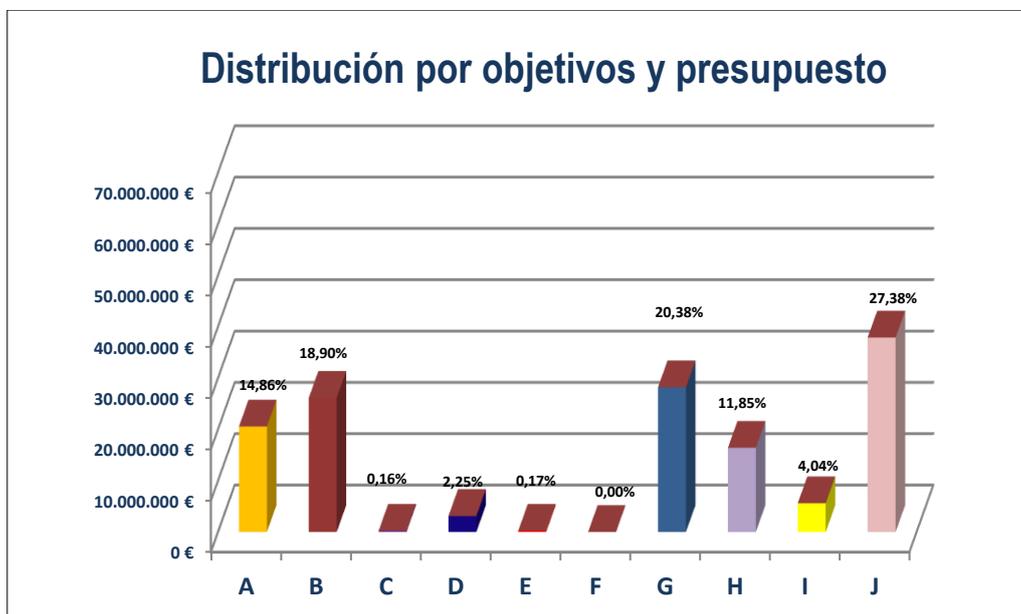
El objetivo que ocupa el primer lugar en cuanto a inversión prevista es el “J”: **comunicar programas y actuaciones públicas de relevancia e interés social**, con el 27,38%, con campañas informativas sobre planes en materia de transporte, vivienda y visibilización de las oportunidades que produce el Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia.

En segundo lugar, el objetivo “G”, destinado a **anunciar medidas preventivas de riesgos o que contribuyan a la eliminación de daños de cualquier naturaleza para la salud de las personas o el patrimonio natural** con el 20,38% de la inversión, con campañas de prevención en materia sanitaria, cuidado del medio ambiente, antifalsificación y seguridad vial entre otras.

El tercer lugar lo ocupa 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 el 18,90% de la inversión, con campañas sobre pensiones, cotizaciones a la Seguridad Social y derechos laborales.

*En cuanto a inversión, ocupan los primeros lugares los objetivos legales: “J”, “G” y “B”*

Gráfico 4.3



## Cuadro 4.4

MINISTERIO		A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	TOTAL
Presidencia del Gobierno	Nº camp.	1									1	2
	Invers.	15.000									5.000	20.000
Presidencia, Justicia y Relaciones con las Cortes	Nº camp.	2	3							1	1	7
	Invers.	350.000	850.000							1.000.000	1.750.000	3.950.000
Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación	Nº camp.		1					2				3
	Invers.		6.000					20.000				26.000
Defensa	Nº camp.										3	3
	Invers.										100.000	100.000
Hacienda	Nº camp.		1									1
	Invers.		9.000.000									9.000.000
Interior	Nº camp.			7				1				8
	Invers.			227.800				11.162.000				11.389.800
Transportes y Movilidad Sostenible	Nº camp.					1		1			2	4
	Invers.					36.300		785.000			2.550.000	3.371.300
Educación, Formación Profesional y Deportes	Nº camp.				1			1			2	4
	Invers.				1.000.000			40.000			1.040.000	2.080.000
Trabajo y Economía Social	Nº camp.	1	2					3			3	9
	Invers.	40.000	1.230.000					579.384			354.300	2.203.684
Industria y Turismo	Nº camp.							1			1	2
	Invers.							1.430.000			108.960	1.538.960
Agricultura, Pesca y Alimentación	Nº camp.	1	1						7	2	1	12
	Invers.	400.000	300.000						16.185.373	4.282.792	394.789	21.562.954
Política Territorial y Memoria Democrática	Nº camp.	1	2									3
	Invers.	300.000	700.000									1.000.000
Transición Ecológica y el Reto Demográfico	Nº camp.	1	5					23	1	3	9	42
	Invers.	15.000	668.500					1.770.000	75.000	303.000	6.673.000	9.504.500
Vivienda y Agenda Urbana	Nº camp.										1	1
	Invers.										3.500.000	3.500.000
Cultura	Nº camp.	1	1						2		8	12
	Invers.	9.000	100.000						30.500		8.230.670	8.370.170
Economía, Comercio y Empresa	Nº camp.										1	1
	Invers.										2.865.000	2.865.000
Sanidad	Nº camp.							8				8
	Invers.							3.085.000				3.085.000
Derechos Sociales, Consumo y Agenda 2030	Nº camp.	1	1		2			2	1		2	9
	Invers.	500.000	2.000.000		2.110.000			2.400.000	100.000		2.098.345	9.208.345
Ciencia, Innovación y Universidades	Nº camp.										5	5
	Invers.										515.000	515.000
Igualdad	Nº camp.	6						1				7
	Invers.	14.321.000						3.200.000				17.521.000
Inclusión, Seguridad Social y Migraciones	Nº camp.	1	4			1						6
	Invers.	2.000.000	5.285.000			200.000						7.485.000
Transformación Digital y de la Función Pública	Nº camp.		1								7	8
	Invers.		5.998.151								7.660.000	13.658.151
Juventud e Infancia	Nº camp.	2						2			1	5
	Invers.	2.600.000						3.720.000			25.000	6.345.000
Total	Nº camp.	18	22	7	3	2	0	45	11	6	48	162
	% invers. s/total	14,86%	18,90%	0,16%	2,25%	0,17%	0,00%	20,38%	11,85%	4,04%	27,38%	100,00%
	Invers.	20.550.000	26.137.651	227.800	3.110.000	236.300	0	28.191.384	16.390.873	5.585.792	37.870.064	138.299.864

## V. Ranking de campañas

En el año 2024 se prevé la contratación de una campaña de más de diez millones de euros de presupuesto: la campaña para la Divulgación de la Seguridad Vial.

Siete campañas prevén una inversión igual o superior a cuatro millones de euros e inferior a diez millones y diecisiete campañas entre dos y cuatro millones de presupuesto. Las 25 campañas de más de dos millones suponen el 71,73% de la inversión total prevista.

*Las 25 campañas de más de dos millones de euros suponen el 71,73% de la inversión total prevista*

**Cuadro 5.1**

MINISTERIO	ORGANISMOS/DIR.GRAL.	CAMPAÑA	COSTE PREVISTO
MINISTERIO DEL INTERIOR	JEFATURA CENTRAL DE TRÁFICO - DGT	CAMPAÑA PARA LA DIVULGACIÓN DE LA SEGURIDAD VIAL	11.162.000
MINISTERIO DE HACIENDA	AGENCIA TRIBUTARIA	SENSIBILIZACIÓN FISCAL E INFORMACIÓN Y ASISTENCIA A LA CIUDADANÍA EN EL CUMPLIMIENTO DE SUS OBLIGACIONES FISCALES Y EN EL ACCESO A SERVICIOS O MEDIDAS DE AYUDA PRESTADOS POR LA AGENCIA TRIBUTARIA	9.000.000
MINISTERIO DE IGUALDAD	DELEGACIÓN DE GOBIERNO CONTRA LA VIOLENCIA DE GÉNERO	CONCIENCIACIÓN SOCIAL CONTRA LAS DISTINTAS FORMAS DE VIOLENCIA CONTRA LAS MUJERES DURANTE 2024	7.000.000
MINISTERIO PARA LA TRANSICIÓN ECOLÓGICA Y EL RETO DEMOGRÁFICO	INSTITUTO PARA LA DIVERSIFICACIÓN Y AHORRO DE LA ENERGÍA (IDAE)	"LA ENERGÍA QUE NOS MUEVE Y QUE NOS HACE CRECER"	6.050.000
MINISTERIO DE 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 2024	5.998.151
MINISTERIO DE CULTURA	DIRECCIÓN GENERAL DE INDUSTRIAS CULTURALES, PROPIEDAD INTELECTUAL Y COOPERACIÓN	BONO CULTURAL JOVEN 2024	4.500.000
MINISTERIO DE AGRICULTURA, PESCA Y ALIMENTACIÓN	DIRECCIÓN GENERAL DE ALIMENTACIÓN	ALIMENTOS DE ESPAÑA, ALIMENTOS DE TODOS	4.235.000
MINISTERIO DE AGRICULTURA, PESCA Y ALIMENTACIÓN	DIRECCIÓN GENERAL DE DESARROLLO RURAL, INNOVACIÓN Y FORMACIÓN AGROALIMENTARIA	CAMINOS NATURALES DE ESPAÑA. ELIGE TU CAMINO	4.007.000
MINISTERIO DE CULTURA	SECRETARÍA DE ESTADO DE CULTURA	DERECHOS CULTURALES	3.600.000
MINISTERIO DE VIVIENDA Y AGENDA URBANA	VIVIENDA Y AGENDA URBANA	PLAN DE ACCIONES DE COMUNICACIÓN SOBRE SERVICIOS DE INTERÉS PÚBLICO QUE INFLUYEN E LA CALIDAD DE VIDA DE LA CIUDADANÍA EN EL ÁMBITO DE VIVIENDA Y AGENDA URBANA.	3.500.000
MINISTERIO DE IGUALDAD	SECRETARÍA DE ESTADO DE IGUALDAD Y PARA LA ERRADICACIÓN DE LA VIOLENCIA CONTRA LAS MUJERES	PROMOCIÓN DE UNA EDUCACIÓN SEXUAL POSITIVA BASADA EN LA IGUALDAD Y EL BUEN TRATO	3.200.000
MINISTERIO DE AGRICULTURA, PESCA Y ALIMENTACIÓN	DIRECCIÓN GENERAL DE ALIMENTACIÓN	DIFUSIÓN Y PROMOCIÓN DE LOS ALIMENTOS DE ESPAÑA	3.156.515
MINISTERIO DE INCLUSIÓN, SEGURIDAD SOCIAL Y MIGRACIONES	GABINETE DE LA MINISTRA	INFORMACIÓN SOBRE LA REFORMA DE LAS PENSIONES	3.045.000
MINISTERIO DE TRANSFORMACIÓN DIGITAL Y DE LA FUNCIÓN PÚBLICA	SUBSECRETARÍA	DIFUSIÓN Y VISIBILIZACIÓN DE LA AGENDA DIGITAL 2026	3.000.000
MINISTERIO DE AGRICULTURA, PESCA Y ALIMENTACIÓN	DIRECCIÓN GENERAL DE ALIMENTACIÓN	PARTICIPACIÓN EN FERIAS Y EVENTOS DE CARÁCTER AGROALIMENTARIO Y PESQUERO 2024	2.904.000
MINISTERIO DE IGUALDAD	SECRETARÍA DE ESTADO DE IGUALDAD Y PARA LA ERRADICACIÓN DE LA VIOLENCIA CONTRA LAS MUJERES	SENSIBILIZACIÓN EN CORRESPONSABILIDAD Y CUIDADOS	2.900.000
MINISTERIO DE ECONOMÍA, COMERCIO Y EMPRESA	SUBSECRETARÍA	VISIBILIZACIÓN DEL PLAN DE RECUPERACIÓN, TRANSFORMACIÓN Y RESILIENCIA.	2.865.000
MINISTERIO DE AGRICULTURA, PESCA Y ALIMENTACIÓN	DIRECCIÓN GENERAL DE ALIMENTACIÓN	ALIMENTOS DE ESPAÑA, ALIMENTOS DE CALIDAD	2.789.515
MINISTERIO DE AGRICULTURA, PESCA Y ALIMENTACIÓN	DIRECCIÓN GENERAL DE ALIMENTACIÓN	ALIMENTOS DE ESPAÑA, POTENCIA ALIMENTARIA	2.703.543
MINISTERIO DE TRANSFORMACIÓN DIGITAL Y DE LA FUNCIÓN PÚBLICA	RED.ES	KIT DIGITAL	2.560.000
MINISTERIO DE TRANSPORTES Y MOVILIDAD SOSTENIBLE	TRANSPORTES Y MOVILIDAD SOSTENIBLE	PLAN DE ACCIONES DE COMUNICACIÓN SOBRE SERVICIOS DE INTERÉS PÚBLICO QUE INFLUYEN E LA CALIDAD DE VIDA DE LA CIUDADANÍA EN EL ÁMBITO DE LA MOVILIDAD Y LOS TRANSPORTES.	2.500.000
MINISTERIO DE JUVENTUD E INFANCIA	SECRETARÍA DE ESTADO DE JUVENTUD E INFANCIA	LA DIGITALIZACIÓN Y EL USO DE PANTALLAS ENTRE PERSONAS MENORES	2.420.000
MINISTERIO DE DERECHOS SOCIALES, CONSUMO Y AGENDA 2030	DIRECCIÓN GENERAL DE ORDENACIÓN DEL JUEGO	LA NATURALEZA Y RIESGOS DE LAS CAJAS BOTÍN	2.100.000
MINISTERIO DE DERECHOS SOCIALES, CONSUMO Y AGENDA 2030	INSTITUTO DE MAYORES Y SERVICIOS SOCIALES (IMSERSO)	SENSIBILIZACIÓN SOBRE LOS SERVICIOS DE DEPENDENCIA	2.000.000
MINISTERIO DE INCLUSIÓN, SEGURIDAD SOCIAL Y MIGRACIONES	GABINETE DE LA MINISTRA	LA MIGRACIÓN, FUENTE DE RIQUEZA	2.000.000

## VI. Distribución de las herramientas de comunicación

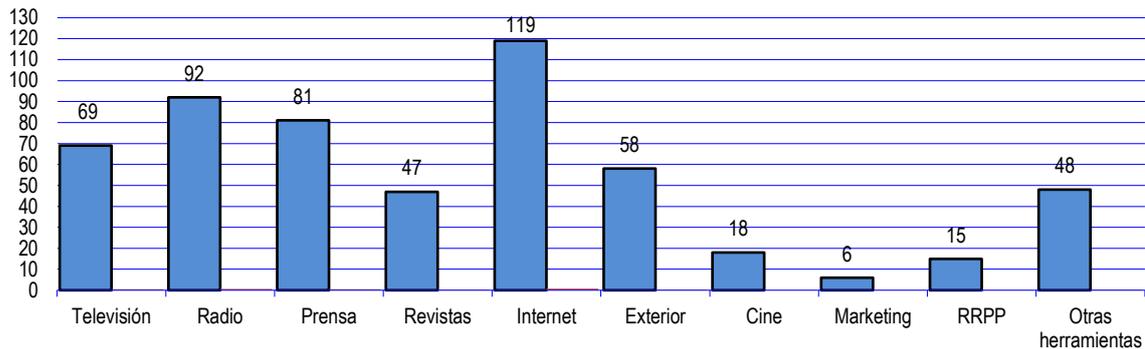
El 73,5% de las campañas insertará anuncios en Internet durante el año 2024 (incluye prensa digital); el 56,79% utilizará radio; por su parte el 50% hará uso de la prensa (medios gráficos), incluyendo dominicales y suplementos como soporte. Televisión será utilizada por el 42,59% de las campañas previstas en el Plan, los soportes exteriores serán utilizados por el 35,8% seguidos de revistas por el 29,01%, cine por el 11,11%, relaciones públicas el 9,26% y marketing por el 3,7%.

El 29,63% de las campañas o iniciativas de comunicación utilizarán herramientas distintas a todas las anteriores: folletos, vídeos, blogs, podcast y publicaciones en redes sociales propias y en la web oficial.

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

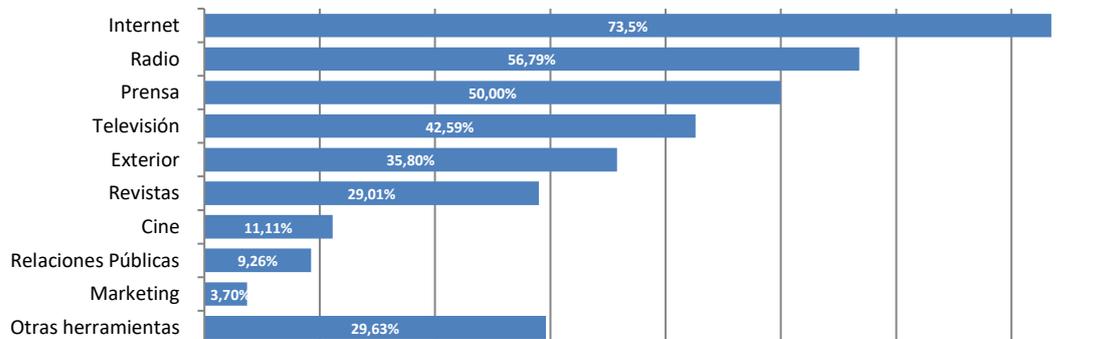
*Internet (incluyendo prensa digital), radio, prensa (medios gráficos), televisión, soportes exteriores, y revistas serán los medios utilizados con más frecuencia en las campañas institucionales durante el año 2024, por este orden.*

Gráfico 6.1



**Porcentaje de los medios a utilizar por las campañas.**

Gráfico 6.2



## VII. Difusión y población de las campañas

### Difusión territorial de las campañas institucionales de publicidad

Durante el año 2024 las campañas institucionales de publicidad y comunicación tendrán mayoritariamente una difusión de ámbito nacional (119 campañas). Está prevista una difusión internacional para 4 campañas y una campaña tendrá difusión nacional e internacional.

A continuación se situarán por este orden, la difusión regional (32 campañas), la difusión provincial (4 campañas) y las difusiones autonómica y local tendrán una campaña cada una.

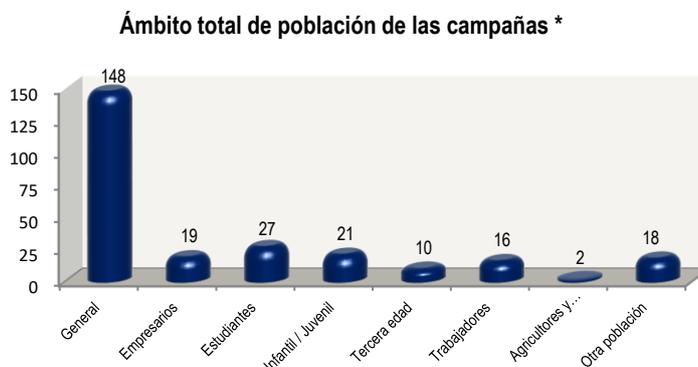
#### Gráfico 7.1



### Población a la que se dirigirá la publicidad institucional

De las 162 campañas institucionales planificadas para 2024, 148 se dirigirán a la población general, 19 a empresarios, 16 a trabajadores, 27 a estudiantes, 21 a población infantil y juvenil, 10 a la tercera edad, 2 campañas a agricultores y ganaderos y 18 campañas a otra población: profesionales del cine (5); técnicos de prevención de riesgos laborales (3), profesionales sanitarios (2) y 1 campaña específica para: comunidad científica; entidades de I+D+I; mujeres trabajadoras; operadores culturales y creativos españoles; personas con discapacidad; colectivo LGTBI+; sectores culturales y creativos en general y visitantes de Reservas de la Biosfera.

#### Gráfico 7.2



\* Cada campaña puede dirigirse a uno o más ámbitos poblacionales

*La difusión de las campañas de publicidad institucional en el año 2024 será prioritariamente de ámbito nacional*

*Las campañas institucionales se dirigirán mayoritariamente a la población general*

## VIII. La Publicidad Institucional en los Presupuestos Generales del Estado

La inversión publicitaria de la Administración General del Estado en el año 2024 se imputará a los Capítulos 2 y 6 de los Presupuestos Generales del Estado.

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

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

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

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

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

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

## Aplicación presupuestaria de la publicidad y comunicación institucional

### Cuadro 8.1

Ministerio <sup>(1)</sup>	Capítulo 2	Capítulo 6	EPE <sup>(2)</sup>	TOTAL
Presidencia del Gobierno	20.000			20.000
Ministerio de la Presidencia, Justicia y Relaciones con las Cortes	3.950.000			3.950.000
Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación		26.000		26.000
Ministerio de Defensa	100.000			100.000
Ministerio de Hacienda	9.000.000			9.000.000
Ministerio del Interior	227.800	11.162.000		11.389.800
Ministerio de Transportes y Movilidad Sostenible		3.285.000	86.300	3.371.300
Ministerio de Educación, Formación Profesional y Deportes	2.080.000			2.080.000
Ministerio de Trabajo y Economía Social	2.203.684			2.203.684
Ministerio de Industria y Turismo		1.538.960		1.538.960
Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación	694.789	20.868.165		21.562.954
Ministerio de Política Territorial y Memoria Democrática	1.000.000			1.000.000
Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico	1.521.500	1.651.000	6.332.000	9.504.500
Ministerio de Vivienda y Agenda Urbana		3.500.000		3.500.000
Ministerio de Cultura	8.370.170			8.370.170
Ministerio de Economía, Comercio y Empresa	2.865.000			2.865.000
Ministerio de Sanidad	3.085.000			3.085.000
Ministerio de Derechos Sociales, Consumo y Agenda 2030	8.908.345	300.000		9.208.345
Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades	515.000			515.000
Ministerio de Igualdad	7.600.000	9.921.000		17.521.000
Ministerio de Inclusión, Seguridad Social y Migraciones	7.485.000			7.485.000
Ministerio de Transformación Digital y de la Función Pública	3.500.000		10.158.151	13.658.151
Ministerio de Juventud e Infancia	6.345.000			6.345.000
<b>TOTAL</b>	<b>69.471.288</b>	<b>52.252.125</b>	<b>16.576.451</b>	<b>138.299.864</b>

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

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

## IX. Principales magnitudes y su evolución

La **inversión total prevista** en materia de publicidad y comunicación institucional **para 2024** es de **138,29 millones de euros**; 7,68 millones de euros menos que lo planificado en el último Plan de 2023, lo que supone una **disminución del 5,26%**.

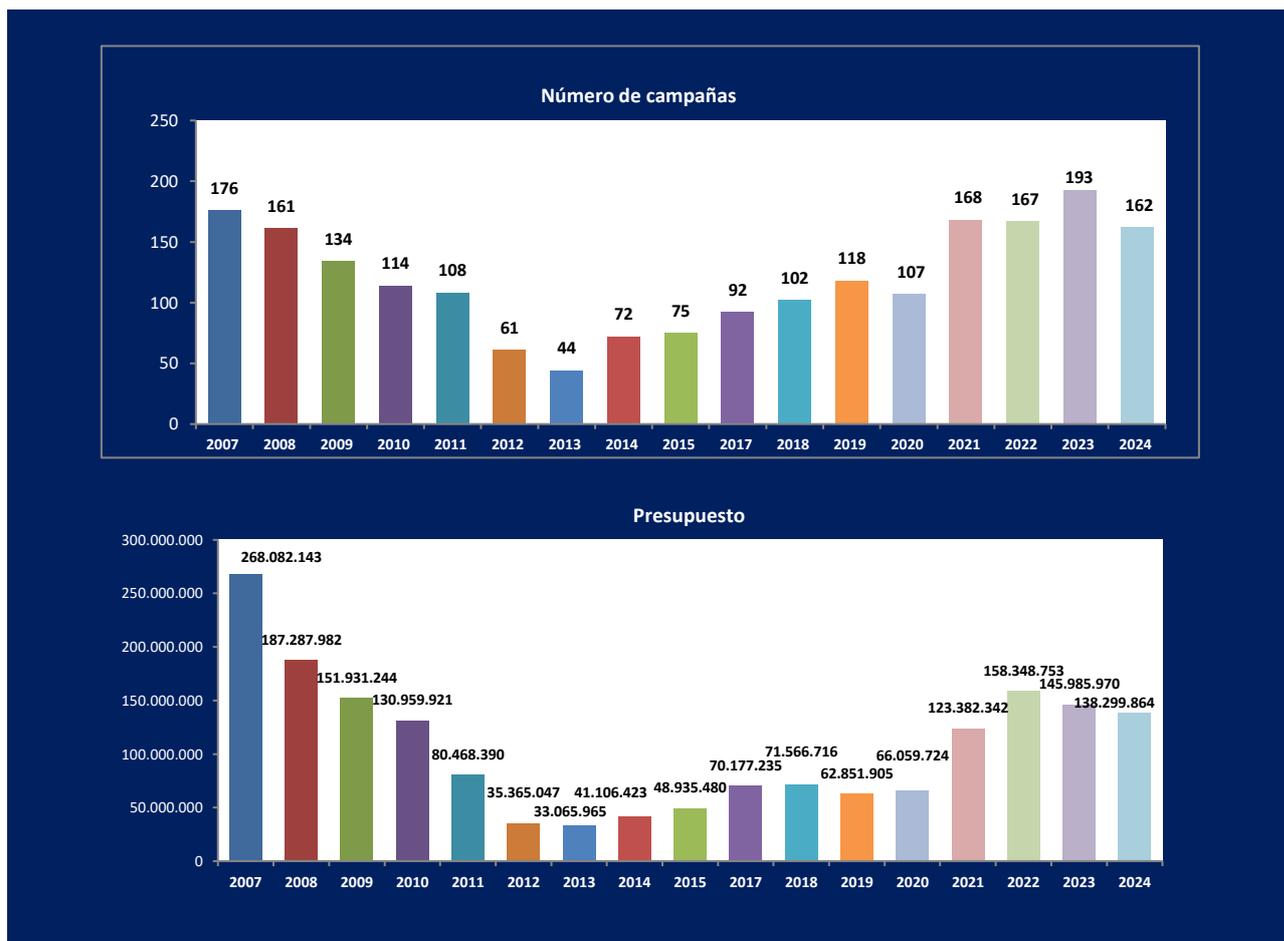
Si la comparativa se efectúa entre el Plan 2007, año de elaboración del primer Plan y 2024, la reducción en materia de previsiones presupuestarias de publicidad y comunicación institucional es de 129,78 millones de euros, un 48,41% menos.

Por lo que respecta al número de campañas, se prevé la contratación durante el año 2024 de un total de 162 campañas de publicidad o comunicación institucional, **31 menos que las previstas en el Plan anterior**. Con respecto al número de campañas que se planificaron en 2007, la reducción es de 14 campañas.

*La inversión prevista en publicidad y comunicación institucional disminuye en un 5,26% respecto al último Plan publicado en 2023*

### Comparativa Planes 2007 a 2024

Gráfico 9.1



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

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

## Comparativa Plan 2023-Plan 2024

### Número de campañas

Gráfico 9.2

Ministerio	Número de campañas	
	2023	2024
Presidencia del Gobierno	2	2
Presidencia, Relaciones con las Cortes y Memoria Democrática	4	7
Justicia	9	
Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación	2	3
Defensa	1	3
Hacienda y Función Pública	3	1
Interior	12	8
Transportes, Movilidad y Agenda Urbana	4	4
		1
Educación y Formación Profesional	3	4
Trabajo y Economía Social	11	9
Industria, Comercio y Turismo	4	2
Agricultura, Pesca y Alimentación	11	12
Política Territorial	2	3
Transición Ecológica y el Reto Demográfico	53	42
Cultura y Deporte	17	12
Asuntos Económicos y Transformación Digital	7	1
		8
Sanidad	10	8
Derechos Sociales y Agenda 2030	9	9
Consumo	8	5
Ciencia e Innovación	6	5
Universidades	7	
Igualdad	5	7
Inclusión, Seguridad Social y Migraciones	3	6
<b>TOTAL</b>	<b>193</b>	<b>162</b>

Para realizar la comparativa entre la planificación de los años 2023 y 2024 de la Administración General del Estado en publicidad institucional es necesario tener en cuenta el cambio de estructura orgánica producido como consecuencia de la publicación del Real Decreto 829/2023, de 20 de noviembre, por el que se reestructuran los departamentos ministeriales, y su modificación, efectuada mediante el Real Decreto 1230/2023, de 29 de diciembre.

Este cambio de estructura ha traído como consecuencia el cambio de dependencia de algunos organismos, y por tanto sus campañas planificadas para 2024 dependen de otro Departamento respecto a las que planificaron en 2023.

Analizando el total de campañas planificadas en 2023 frente a las de 2024, **se observa una disminución de 31 campañas**. El Plan 2023 recogía un total de 193 campañas, frente a las 162 previstas para 2024.

## Comparativa Plan 2023-Plan 2024

### Presupuesto

Gráfico 9.3

Ministerio	Presupuesto		
	2023	2024	
Presidencia del Gobierno	35.000	20.000	
Presidencia, Relaciones con las Cortes y Memoria Democrática	1.500.000	3.950.000	
Justicia	1.173.600		
Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación	22.000	26.000	
Defensa	75.000	100.000	
Hacienda y Función Pública	9.943.798	9.000.000	
Interior	11.272.000	11.389.800	
Transportes, Movilidad y Agenda Urbana	2.762.860	3.371.300	
		Vivienda y Agenda Urbana	3.500.000
Educación y Formación Profesional	2.150.000	Educación, Formación Profesional y Deportes	2.080.000
Trabajo y Economía Social	3.998.000	Trabajo y Economía Social	2.203.684
Industria, Comercio y Turismo	4.301.960	Industria y Turismo	1.538.960
Agricultura, Pesca y Alimentación	15.654.459	Agricultura, Pesca y Alimentación	21.562.954
Política Territorial	22.000	Política Territorial y Memoria Democrática	1.000.000
Transición Ecológica y el Reto Demográfico	15.349.412	Transición Ecológica y el Reto Demográfico	9.504.500
Cultura y Deporte	13.818.281	Cultura	8.370.170
Asuntos Económicos y Transformación Digital	21.641.650	Economía, Comercio y Empresa	2.865.000
		Transformación Digital y de la Función Pública	13.658.151
Sanidad	5.150.700	Sanidad	3.085.000
Derechos Sociales y Agenda 2030	6.585.000	Derechos Sociales, Consumo y Agenda 2030	9.208.345
Consumo	3.037.000	Juventud e Infancia	6.345.000
Ciencia e Innovación	381.020	Ciencia, Innovación y Universidades	515.000
Universidades	294.000		
Igualdad	18.021.930	Igualdad	17.521.000
Inclusión, Seguridad Social y Migraciones	8.796.300	Inclusión, Seguridad Social y Migraciones	7.485.000
<b>TOTAL</b>	<b>145.985.970</b>	<b>TOTAL</b>	<b>138.299.864</b>

Respecto a la inversión total prevista entre 2023 y 2024, se observa una diferencia de 7,68 millones de euros menos previstos que supone un 5,26% menos de inversión para 2024.

De estas campañas previstas, encabeza el ranking igual que en 2023 la campaña de seguridad vial de la Dirección General de Tráfico del Ministerio del Interior.

Se han previsto 25 campañas por un importe superior a dos millones de euros, frente a las 23 que se planificaron en 2023 de esas características.

Con respecto a la previsión de uso de las distintas herramientas de comunicación, Internet, radio, prensa, televisión, soportes exteriores y revistas serán por este orden, las herramientas de comunicación más utilizadas en 2024. Internet (prensa y revistas digitales y otros sitios) es desde 2013 la herramienta planificada para el mayor número de campañas. En los años anteriores a 2012 fue la prensa (medios gráficos) la que ocupaba ese lugar.

## X. Conclusiones

La Administración General del Estado ha planificado **162 campañas de publicidad y comunicación institucional** a realizar durante el año 2024, **con un presupuesto de 138,29 millones de euros**. Este coste representa un 5,26% menos de lo previsto en el Plan de Publicidad y Comunicación Institucional para el año 2023 (145,98 millones de euros) y un 48,41% menos que el presupuesto total destinado a esta materia en el año 2007, en el que se elaboró el primer Plan de Publicidad y Comunicación Institucional.

**La inversión publicitaria total prevista** (campañas institucionales más comerciales) de la Administración General del Estado será de **270,06 millones de euros**. Aumenta un 0,35% (0,9 millones de euros más) en 2024 con respecto a lo planificado en 2023 (269,11 millones de euros). La reducción del conjunto de inversión publicitaria de la AGE disminuye el 26,70% con respecto a las cantidades totales recogidas en el Plan 2007.

Las **principales prioridades** de la Administración General del Estado en materia de publicidad y comunicación institucional en 2024 serán la *promoción en materia de derechos y deberes de los ciudadanos* con un 46,58% de la inversión total prevista y la *promoción de hábitos saludables y seguros para la ciudadanía y el cuidado de su entorno* con un 34,19% del total de las previsiones presupuestarias.

**Los objetivos más buscados** en el año 2024 respecto a la inversión son el J: “*comunicar programas y actuaciones públicas de relevancia e interés social*” (con un 27,38%), el G: “*anunciar medidas preventivas de riesgos*” (con un 20,38%) y el B “*informar sobre derechos y obligaciones legales*” (con un 18,90%).

De las campañas planificadas para 2024, veinticinco de ellas está previsto que superen los dos millones de euros con el 71,73% de la inversión. Ocupa el primer puesto en cuanto a inversión prevista la campaña para la **Divulgación de la Seguridad Vial** de la Dirección General de Tráfico del Ministerio del Interior. Le siguen en cuanto a inversión prevista campañas dedicadas a: sensibilizar hacia el cumplimiento de las obligaciones fiscales, contra la violencia de género, sobre fomento de la corresponsabilidad, igualdad y buen trato, educación sexual positiva, ahorro de energía, ciberseguridad, promoción de la cultura, promoción de los alimentos de España, de los caminos naturales, de los derechos culturales, planes de transporte y vivienda, digitalización, información sobre la reforma de las pensiones, y preventivas de riesgos para la juventud.

En cuanto a la distribución de las herramientas de comunicación, Internet (prensa, revistas digitales y otros sitios) será, como desde el año 2013, el medio más previsto en los planes en cuanto a número de campañas. En 2024 le siguen en planificación radio, prensa (medios gráficos), televisión, soportes exteriores y revistas por este orden.

*La AGE llevará a cabo 162 campañas institucionales en el año 2024 por importe de 138,29 millones de euros*

*La inversión prevista está orientada hacia los objetivos “J”, “G” y “B” del artículo 3 de la Ley 29/2005*

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

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

Las campañas de carácter comercial **no entran dentro del ámbito de aplicación de la Ley 29/2005**, no obstante, se recogen como información en el presente Plan. Once son los ministerios que contratarán este tipo de campañas: Presidencia, Justicia y Relaciones con las Cortes; Hacienda; Transportes y Movilidad Sostenible; Industria y Turismo; Agricultura, Pesca y Alimentación; Transición Ecológica y el Reto Demográfico; Vivienda y Agenda Urbana; Cultura; Economía, Comercio y Empresa; Ciencia, Innovación y Universidades y Transformación Digital y de la Función Pública.

En 2024 se llevarán a cabo 57 campañas de carácter comercial, con una inversión total de **131.760.443 euros**, aumentando la inversión planificada en **8.634.712 euros** más con respecto al año anterior (7,01%).

*En 2024 se llevarán a cabo 57 campañas comerciales con un presupuesto de 131,76 millones de euros*

### Cuadro 11.1

MINISTERIO	CENTRO DIRECTIVO/ORGANISMO	TITULO CAMPAÑA	COSTE
PRESIDENCIA, JUSTICIA Y RELACIONES CON LAS CORTES	BOLETÍN OFICIAL DEL ESTADO	SERVICIOS Y PRODUCTOS DE LA AGENCIA ESTATAL BOLETÍN OFICIAL DEL ESTADO	80.000
<b>TOTAL PRESIDENCIA, JUSTICIA Y RELACIONES CON LAS CORTES</b>			<b>80.000</b>
HACIENDA	COMPañÍA ESPAÑOLA DE TABACO EN RAMA, S.A. (CETARSA - SEPI)	INSERCIÓNES PRENSA	19.600
	CORPORACIÓN RTVE (SEPI)	DIVULGACIÓN DE VALORES DE RTVE Y PROMOCIÓN DE MARCAS, PRODUCTOS Y PROGRAMAS DE LA CORPORACIÓN RTVE	3.906.352
	ENSA EQUIPOS NUCLEARES, S.A. (SEPI)	ANUNCIOS ESPECIALIZADOS EN EL SECTOR NUCLEAR	45.800
	ENUSA INDUSTRIAS AVANZADAS, S.A. (SEPI)	PROMOCIÓN DE LA ACTIVIDAD EMPRESARIAL DE ENUSA Y DE LOS VALORES SOCIALES QUE LA DEFINEN	66.000
	FÁBRICA NACIONAL DE MONEDA Y TIMBRE-REAL CASA DE LA MONEDA	MONEDAS DE COLECCIÓN AÑO 2024	1.210.000
		ETIQUETAS	1.960
	FUNDACIÓN SEPI	ACCIONES DE COMUNICACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE LA FUNDACIÓN	41.000
	GRUPO HUNOSA (SEPI)	INSERCIÓNES PUNTUALES EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN.	90.000
	HIPÓDROMO DE LA ZARZUELA (SEPI)	HIPÓDROMO DE LA ZARZUELA, UN GRAN ESPECTÁCULO DEPORTIVO	300.000
	MINAS DE ALMADÉN Y ARRAYANES, S.A. (MAYASA - SEPI)	MINAS DE ALMADÉN - DONDE LA CULTURA ES EMOCIÓN	70.000
	NAVANTIA (SEPI)	INSERCIÓNES EN REVISTAS ESPECIALIZADAS EN CONSTRUCCIÓN Y REPARACIÓN NAVAL, Y SECTOR EÓLICO MARINO	419.730
	SEPI DESARROLLO EMPRESARIAL, S.A. (SEPIDES)	PROYECTOS DE DIFUSIÓN Y POSICIONAMIENTO	50.500
	SOCIEDAD ESTATAL CORREOS Y TELÉGRAFOS, S.A. (SEPI)	CAMPAÑAS DE PRODUCTOS Y SERVICIOS EN OFICINAS Y NEGOCIO DIGITAL	13.600.000
		ACUERDOS DE COLABORACIÓN 2024	1.675.850
		ACCIONES DE COMUNICACIÓN Y POSICIONAMIENTO DE MARCA	605.000
	SOCIEDAD ESTATAL DE LOTERÍAS Y APUESTAS DEL ESTADO, S.A. (GRUPO PATRIMONIO)	JUEGOS ACTIVOS Y PASIVOS (EUROMILLONES, LA PRIMITIVA, LOTOS, APUESTAS DEPORTIVAS, LOTERÍA NACIONAL Y SORTEOS DE NAVIDAD Y EL NIÑO)	45.754.300
TRAGSA (SEPI)	PUBLICIDAD Y COMUNICACIÓN DE TRAGSA	143.617	
<b>TOTAL HACIENDA</b>			<b>67.999.709</b>



MINISTERIO	CENTRO DIRECTIVO/ORGANISMO	TITULO CAMPAÑA	COSTE	
TRANSPORTES Y MOVILIDAD SOSTENIBLE	AENA SME, S.A.	CAMPAÑA DE POSICIONAMIENTO DE MARCA	13.310.000	
		MARKETING COMERCIAL: "UN CENTRO COMERCIAL CON AEROPUERTO"	990.000	
	CENTRO NACIONAL DE INFORMACIÓN GEOGRÁFICA (CNIG)	DIFUSIÓN DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS DEL IGN Y CNIG	19.228	
	INGENIERÍA Y ECONOMÍA DEL TRANSPORTE, S.A. (INECO)	ENSAIRE	INSERCIÓNES PUBLICITARIAS GENÉRICAS DE ENSAIRE	145.200
		UN NUEVO IMPULSO	60.000	
	PUERTOS DEL ESTADO	REFUERZO DE LA ESTRATEGIA COMERCIAL DE LOS PUERTOS ESPAÑOLES	54.000	
		CAMPAÑA "LOS PUERTOS NOS DAN FORMA"	46.000	
	RENFE OPERADORA	INICIATIVAS COMERCIALES	8.000.000	
		CAMPAÑA CORPORATIVA	6.000.000	
		INFORMACIÓN DE SERVICIOS ALTERNATIVOS DE TRANSPORTE POR OBRAS Y PUESTAS EN SERVICIO	2.700.000	
<b>TOTAL TRANSPORTES Y MOVILIDAD SOSTENIBLE</b>			<b>31.324.428</b>	
INDUSTRIA Y TURISMO	EMPRESA NACIONAL DE INNOVACIÓN, S.A. (ENISA - GRUPO PATRIMONIO)	LÍNEAS ENISA	510.000	
		CAPTACIÓN PROGRAMAS GENERACIÓN D (SEDIA)	2.100.000	
	ESCUELA DE ORGANIZACIÓN INDUSTRIAL (EOI)	CAPTACIÓN PROGRAMAS ACTIVA PRTR	1.600.000	
		COMERCIALIZACIÓN CURSO ACADÉMICO 2024	600.000	
		CAPTACIÓN PROGRAMA ACELERA STARTUP PRTR	420.000	
		CAPTACIÓN ALUMNOS FSE+	350.000	
	INSTITUTO DE TURISMO DE ESPAÑA (TURESPAÑA)	CAMPAÑAS INTERNACIONALES DE TURESPAÑA EN 2024	8.075.000	
	PARADORES DE TURISMO DE ESPAÑA (GRUPO PATRIMONIO)	VALORES, ATRIBUTOS Y EXPERIENCIAS DE PARADORES	3.778.900	
<b>TOTAL INDUSTRIA Y TURISMO</b>			<b>17.433.900</b>	
AGRICULTURA, PESCA Y ALIMENTACIÓN	EXPASA AGRICULTURA Y GANADERÍA S.M.E., S.A. (GRUPO PATRIMONIO)	VISITA A LAS INSTALACIONES DE EXPASA	24.424	
<b>TOTAL AGRICULTURA, PESCA Y ALIMENTACIÓN</b>			<b>24.424</b>	
TRANSICIÓN ECOLÓGICA Y EL RETO DEMOGRÁFICO	FUNDACIÓN CIUDAD DE LA ENERGÍA - CIUDEN, F.S.P.	CULTURA INCANDESCENTE	70.000	
		ACTIVIDAD DE CIUDEN VIVERO	18.000	
		EXPOSICIÓN DE LÁMPARAS MINERAS	18.000	
		DINAMIZ-ARTJ	17.000	
		OFICINA DE TRANSFORMACIÓN COMUNITARIA (OTC) EN LEÓN	15.000	
<b>TOTAL TRANSICIÓN ECOLÓGICA Y EL RETO DEMOGRÁFICO</b>			<b>138.000</b>	
VIVIENDA Y AGENDA URBANA	ENTIDAD PÚBLICA EMPRESARIAL DE SUELO (SEPES)	RELANZAMIENTO DE SEPES	169.400	
		ACCIONES DE DIFUSIÓN DE ACTUACIONES INMOBILIARIAS CONCRETAS	169.400	
<b>TOTAL VIVIENDA Y AGENDA URBANA</b>			<b>338.800</b>	



MINISTERIO	CENTRO DIRECTIVO/ORGANISMO	TITULO CAMPAÑA	COSTE
CULTURA	DIRECCIÓN GENERAL DE PATRIMONIO CULTURAL Y BELLAS ARTES	PROMOCIÓN DE LA RED DE ARCHIVOS ESTATALES Y PROGRAMACIÓN CULTURAL	60.500
		PROMOCIÓN DE LA RED DE MUSEOS ESTATALES, DE SUS EXPOSICIONES TEMPORALES Y PROGRAMACIÓN CULTURAL	18.150
	INSTITUTO NACIONAL DE LAS ARTES ESCÉNICAS Y DE LA MÚSICA (INAEM)	PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN DE LAS ARTES ESCÉNICAS Y DE LA MÚSICA A TRAVÉS DE LAS PROGRAMACIONES ARTÍSTICAS Y CENTROS DE PRODUCCIÓN DEPENDIENTES DEL INAEM	1.645.000
	MUSEO NACIONAL CENTRO DE ARTE REINA SOFÍA	EXPOSICIONES Y ACTIVIDADES CULTURALES DEL MUSEO REINA SOFÍA	150.000
	MUSEO NACIONAL DEL PRADO	DIFUSIÓN DE EXPOSICIONES Y ACTIVIDADES DEL MUSEO NACIONAL DEL PRADO	670.000
<b>TOTAL CULTURA</b>			<b>2.543.650</b>
ECONOMÍA, COMERCIO Y EMPRESA	CESCE (GRUPO PATRIMONIO)	CAMPAÑA DE PRODUCTOS CESCE	1.064.800
	INSTITUTO DE CRÉDITO OFICIAL (ICO)	PRODUCTOS FINANCIACIÓN ICO	4.060.000
		ANUNCIOS EN MEDIOS INTERNACIONALES	315.000
	TESORO PÚBLICO	LA DEUDA PÚBLICA	4.000.000
PLAN DE EDUCACIÓN FINANCIERA 2024		20.000	
<b>TOTAL ECONOMÍA, COMERCIO Y EMPRESA</b>			<b>9.459.800</b>
CIENCIA, INNOVACIÓN Y UNIVERSIDADES	UNIVERSIDAD INTERNACIONAL MENÉNDEZ-PELAYO (UIMP)	DIFUSIÓN DE LAS ACTIVIDADES ACADÉMICAS DESARROLLADAS POR LA UNIVERSIDAD INTERNACIONAL MENÉNDEZ PELAYO (UIMP)	34.032
	UNIVERSIDAD NACIONAL DE EDUCACIÓN A DISTANCIA (UNED)	OFERTA FORMATIVA DE LA UNED	121.000
<b>TOTAL CIENCIA, INNOVACIÓN Y UNIVERSIDADES</b>			<b>155.032</b>
TRANSFORMACIÓN DIGITAL Y DE LA FUNCIÓN PÚBLICA	INSTITUTO NACIONAL DE CIBERSEGURIDAD DE ESPAÑA, S.A. (INCIBE)	CIBERSEGURIDAD PARA CIUDADANOS Y EMPRESAS 2024-2025	2.262.700
<b>TOTAL TRANSFORMACIÓN DIGITAL Y DE LA FUNCIÓN PÚBLICA</b>			<b>2.262.700</b>
<b>TOTAL</b>			<b>131.760.443</b>



# Anexos

## Anexo I: Campañas institucionales por ministerio y centro directivo/organismo

MINISTERIO	CENTRO DIRECTIVO/ORGANISMO	Nº CAMPAÑAS	COSTE
PRESIDENCIA DEL GOBIERNO	DEPARTAMENTO DE SEGURIDAD NACIONAL	1	15.000
	SECRETARÍA DE ESTADO DE COMUNICACIÓN	1	5.000
<b>TOTAL PRESIDENCIA DEL GOBIERNO</b>		<b>2</b>	<b>20.000</b>
PRESIDENCIA, JUSTICIA Y RELACIONES CON LAS CORTES	GABINETE DEL MINISTRO	1	100.000
	SECRETARÍA DE ESTADO DE RELACIONES CON LAS CORTES Y ASUNTOS CONSTITUCIONALES	2	350.000
	DIRECCIÓN GENERAL DE TRANSFORMACIÓN DIGITAL DE LA ADMINISTRACIÓN DE JUSTICIA	1	150.000
	SECRETARÍA DE ESTADO DE JUSTICIA	2	2.350.000
	PATRIMONIO NACIONAL	1	1.000.000
<b>TOTAL PRESIDENCIA, JUSTICIA Y RELACIONES CON LAS CORTES</b>		<b>7</b>	<b>3.950.000</b>
ASUNTOS EXTERIORES, UNIÓN EUROPEA Y COOPERACIÓN	DIRECCIÓN GENERAL DE COMUNICACIÓN, DIPLOMACIA PÚBLICA Y REDES	3	26.000
<b>TOTAL ASUNTOS EXTERIORES, UNIÓN EUROPEA Y COOPERACIÓN</b>		<b>3</b>	<b>26.000</b>
DEFENSA	DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL DE LA DEFENSA	3	100.000
<b>TOTAL DEFENSA</b>		<b>3</b>	<b>100.000</b>
HACIENDA	AGENCIA TRIBUTARIA	1	9.000.000
<b>TOTAL HACIENDA</b>		<b>1</b>	<b>9.000.000</b>
INTERIOR	DIRECCIÓN GENERAL DE POLÍTICA INTERIOR	7	227.800
	JEFATURA CENTRAL DE TRÁFICO - DGT	1	11.162.000
<b>TOTAL INTERIOR</b>		<b>8</b>	<b>11.389.800</b>
TRANSPORTES Y MOVILIDAD SOSTENIBLE	TRANSPORTES Y MOVILIDAD SOSTENIBLE	1	2.500.000
	AGENCIA ESTATAL DE SEGURIDAD FERROVIARIA	1	785.000
	ENAIRE	1	36.300
	PUERTOS DEL ESTADO	1	50.000
<b>TOTAL TRANSPORTES Y MOVILIDAD SOSTENIBLE</b>		<b>4</b>	<b>3.371.300</b>
EDUCACIÓN, FORMACIÓN PROFESIONAL Y DEPORTES	SECRETARÍA DE ESTADO DE EDUCACIÓN	1	1.000.000
	SECRETARÍA GENERAL DE FORMACIÓN PROFESIONAL	1	1.000.000
	CONSEJO SUPERIOR DE DEPORTES	2	80.000
<b>TOTAL EDUCACIÓN, FORMACIÓN PROFESIONAL Y DEPORTES</b>		<b>4</b>	<b>2.080.000</b>
TRABAJO Y ECONOMÍA SOCIAL	GABINETE DE LA MINISTRA	3	1.530.000
	UNIDAD ADMINISTRADORA DEL FONDO SOCIAL EUROPEO	2	54.300
	INSPECCIÓN DE TRABAJO Y SEGURIDAD SOCIAL	1	40.000
	INSTITUTO NACIONAL DE SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO	3	579.384
<b>TOTAL TRABAJO Y ECONOMÍA SOCIAL</b>		<b>9</b>	<b>2.203.684</b>
INDUSTRIA Y TURISMO	SUBSECRETARÍA	1	108.960
	OFICINA ESPAÑOLA DE PATENTES Y MARCAS (OEPM)	1	1.430.000
<b>TOTAL INDUSTRIA Y TURISMO</b>		<b>2</b>	<b>1.538.960</b>



MINISTERIO	CENTRO DIRECTIVO/ORGANISMO	Nº CAMPAÑAS	COSTE
AGRICULTURA, PESCA Y ALIMENTACIÓN	SUBSECRETARÍA	2	700.000
	DIRECCIÓN GENERAL DE ALIMENTACIÓN	6	15.885.373
	DIRECCIÓN GENERAL DE DESARROLLO RURAL, INNOVACIÓN Y FORMACIÓN AGROALIMENTARIA	2	4.282.792
	ENTIDAD ESTATAL DE SEGUROS AGRARIOS (ENESA)	1	394.789
	FONDO ESPAÑOL DE GARANTÍA AGRARIA (FEGA)	1	300.000
<b>TOTAL AGRICULTURA, PESCA Y ALIMENTACIÓN</b>		<b>12</b>	<b>21.562.954</b>
POLÍTICA TERRITORIAL Y MEMORIA DEMOCRÁTICA	COMISIONADO ESPECIAL PARA LA RECONSTRUCCIÓN DE LA ISLA DE LA PALMA	1	200.000
	DIRECCIÓN GENERAL DE LA ADMINISTRACIÓN GENERAL DEL ESTADO EN EL TERRITORIO	1	500.000
	SECRETARÍA DE ESTADO DE MEMORIA DEMOCRÁTICA	1	300.000
<b>TOTAL POLÍTICA TERRITORIAL Y MEMORIA DEMOCRÁTICA</b>		<b>3</b>	<b>1.000.000</b>
TRANSICIÓN ECOLÓGICA Y EL RETO DEMOGRÁFICO	SUBSECRETARÍA	1	75.000
	OFICINA TÉCNICA DEL MAR MENOR Y OFICINA TÉCNICA DE DOÑANA	1	1.000.000
	O.A. PARQUES NACIONALES	2	326.000
	INSTITUTO PARA LA TRANSICIÓN JUSTA	1	600.000
	INSTITUTO PARA LA DIVERSIFICACIÓN Y AHORRO DE LA ENERGÍA (IDAE)	1	6.050.000
	FUNDACIÓN CIUDAD DE LA ENERGÍA - CIUDEN, F.S.P.	2	52.000
	MANCOMUNIDAD DE LOS CANALES DEL TAIBILLA (MCT)	4	112.000
	CONFEDERACIÓN HIDROGRÁFICA DEL CANTÁBRICO	1	53.000
	CONFEDERACIÓN HIDROGRÁFICA DEL DUERO	3	130.000
	CONFEDERACIÓN HIDROGRÁFICA DEL EBRO	8	180.500
	CONFEDERACIÓN HIDROGRÁFICA DEL GUADALQUIVIR	4	310.000
	CONFEDERACIÓN HIDROGRÁFICA DEL GUADIANA	2	11.000
	CONFEDERACIÓN HIDROGRÁFICA DEL MIÑO-SIL	6	89.000
	CONFEDERACIÓN HIDROGRÁFICA DEL SEGURA	2	36.000
	SOCIEDAD ESTATAL AGUAS DE LAS CUENCAS DE ESPAÑA (GRUPO PATRIMONIO)	2	30.000
	FUNDACIÓN BIODIVERSIDAD	1	200.000
SECRETARÍA GENERAL PARA EL RETO DEMOGRÁFICO	1	250.000	
<b>TOTAL TRANSICIÓN ECOLÓGICA Y EL RETO DEMOGRÁFICO</b>		<b>42</b>	<b>9.504.500</b>
VIVIENDA Y AGENDA URBANA	VIVIENDA Y AGENDA URBANA	1	3.500.000
<b>TOTAL VIVIENDA Y AGENDA URBANA</b>		<b>1</b>	<b>3.500.000</b>



MINISTERIO	CENTRO DIRECTIVO/ORGANISMO	Nº CAMPAÑAS	COSTE
CULTURA	SECRETARÍA DE ESTADO DE CULTURA	1	3.600.000
	DIRECCIÓN GENERAL DE INDUSTRIAS CULTURALES, PROPIEDAD INTELECTUAL Y COOPERACIÓN	5	4.621.670
	DIRECCIÓN GENERAL DEL LIBRO, DEL CÓMIC Y DE LA LECTURA	1	80.000
	INSTITUTO DE LA CINEMATOGRAFÍA Y DE LAS ARTES AUDIOVISUALES (ICAA)	5	68.500
<b>TOTAL CULTURA</b>		<b>12</b>	<b>8.370.170</b>
ECONOMÍA, COMERCIO Y EMPRESA	SUBSECRETARÍA	1	2.865.000
<b>TOTAL ECONOMÍA, COMERCIO Y EMPRESA</b>		<b>1</b>	<b>2.865.000</b>
SANIDAD	DIRECCIÓN GENERAL DE SALUD PÚBLICA Y EQUIDAD EN SALUD	4	893.500
	DIRECCIÓN GENERAL DE SALUD PÚBLICA Y EQUIDAD EN SALUD Y COMISIONADO DE SALUD MENTAL	1	806.500
	DIRECCIÓN GENERAL DE SALUD PÚBLICA Y EQUIDAD EN SALUD Y DIRECCIÓN GENERAL DE ORDENACIÓN PROFESIONAL	1	485.000
	AGENCIA ESPAÑOLA DE MEDICAMENTOS Y PRODUCTOS SANITARIOS	2	900.000
<b>TOTAL SANIDAD</b>		<b>8</b>	<b>3.085.000</b>
DERECHOS SOCIALES, CONSUMO Y AGENDA 2030	DIRECCIÓN GENERAL DE AGENDA 2030	1	1.218.345
	DIRECCIÓN GENERAL DE CONSUMO	1	880.000
	DIRECCIÓN GENERAL DE DERECHOS DE LAS PERSONAS CON DISCAPACIDAD	1	500.000
	DIRECCIÓN GENERAL DE DERECHOS DE LOS ANIMALES	1	1.110.000
	DIRECCIÓN GENERAL DE DIVERSIDAD FAMILIAR Y SERVICIOS SOCIALES	1	1.000.000
	SECRETARÍA GENERAL DE CONSUMO Y JUEGO	1	100.000
	DIRECCIÓN GENERAL DE ORDENACIÓN DEL JUEGO	1	2.100.000
	AGENCIA ESPAÑOLA DE SEGURIDAD ALIMENTARIA Y NUTRICIÓN	1	300.000
<b>TOTAL DERECHOS SOCIALES, CONSUMO Y AGENDA 2030</b>		<b>9</b>	<b>9.208.345</b>
CIENCIA, INNOVACIÓN Y UNIVERSIDADES	SECRETARÍA GENERAL DE INNOVACIÓN	1	5.000
	SECRETARÍA GENERAL DE INVESTIGACIÓN	1	6.000
	SECRETARÍA GENERAL DE UNIVERSIDADES	2	4.000
	CENTRO PARA EL DESARROLLO TECNOLÓGICO Y LA INNOVACIÓN, E.P.E (CDTI)	1	500.000
<b>TOTAL CIENCIA, INNOVACIÓN Y UNIVERSIDADES</b>		<b>5</b>	<b>515.000</b>
IGUALDAD	SECRETARÍA DE ESTADO DE IGUALDAD Y PARA LA ERRADICACIÓN DE LA VIOLENCIA CONTRA LAS MUJERES	3	6.221.000
	DELEGACIÓN DE GOBIERNO CONTRA LA VIOLENCIA DE GÉNERO	1	7.000.000
	DIRECCIÓN GENERAL PARA LA IGUALDAD DE TRATO Y NO DISCRIMINACIÓN Y CONTRA EL RACISMO	1	1.300.000
	DIRECCIÓN GENERAL PARA LA IGUALDAD REAL Y EFECTIVA DE LAS PERSONAS LGTBI+	1	1.500.000
	INSTITUTO DE LAS MUJERES	1	1.500.000
<b>TOTAL IGUALDAD</b>		<b>7</b>	<b>17.521.000</b>



MINISTERIO	CENTRO DIRECTIVO/ORGANISMO	Nº CAMPAÑAS	COSTE
INCLUSIÓN, SS Y MIGRACIONES	GABINETE DE LA MINISTRA	5	7.105.000
	SECRETARÍA GENERAL DE INCLUSIÓN	1	380.000
<b>TOTAL INCLUSIÓN, SS Y MIGRACIONES</b>		<b>6</b>	<b>7.485.000</b>
TRANSFORMACIÓN DIGITAL Y DE LA FUNCIÓN PÚBLICA	SUBSECRETARÍA	1	3.000.000
	SECRETARÍA DE ESTADO DE TELECOMUNICACIONES E INFRAESTRUCTURAS DIGITALES	4	500.000
	INSTITUTO NACIONAL DE CIBERSEGURIDAD DE ESPAÑA, S.A. (INCIBE)	1	5.998.151
	RED.ES	2	4.160.000
<b>TOTAL TRANSFORMACIÓN DIGITAL Y DE LA FUNCIÓN PÚBLICA</b>		<b>8</b>	<b>13.658.151</b>
JUVENTUD E INFANCIA	SECRETARÍA DE ESTADO DE JUVENTUD E INFANCIA	3	5.020.000
	DIRECCIÓN GENERAL DE DERECHOS DE LA INFANCIA Y LA ADOLESCENCIA	1	1.300.000
	INSTITUTO DE LA JUVENTUD	1	25.000
<b>TOTAL JUVENTUD E INFANCIA</b>		<b>5</b>	<b>6.345.000</b>
<b>TOTAL</b>		<b>162</b>	<b>138.299.864</b>

## Anexo II: Campañas institucionales por ministerio y coste

MINISTERIO	CENTRO DIRECTIVO/ORGANISMO	TITULO CAMPAÑA	COSTE	% COSTE CAMPAÑA RESPECTO AL MINISTERIO	% COSTE CAMPAÑA RESPECTO AL TOTAL
PRESIDENCIA DEL GOBIERNO	DEPARTAMENTO DE SEGURIDAD NACIONAL	SEGURIDAD NACIONAL SOMOS TODOS. PROTEJAMOS LO COTIDIANO	15.000	75,00%	0,01%
	SECRETARÍA DE ESTADO DE COMUNICACIÓN	ACCIONES DE COMUNICACIÓN EN DÍAS INTERNACIONALES Y CONMEMORACIONES	5.000	25,00%	0,00%
<b>TOTAL PRESIDENCIA DEL GOBIERNO</b>			<b>20.000</b>	<b>100,00%</b>	<b>0,01%</b>
PRESIDENCIA, JUSTICIA Y RELACIONES CON LAS CORTES	GABINETE DEL MINISTRO	BICENTENARIO CONSEJO DE MINISTROS	100.000	2,53%	0,07%
	SECRETARÍA DE ESTADO DE RELACIONES CON LAS CORTES Y ASUNTOS CONSTITUCIONALES	ANIVERSARIO CONSTITUCIÓN ESPAÑOLA	300.000	7,59%	0,22%
		ANIVERSARIO DE LA DECLARACIÓN DE DERECHOS HUMANOS	50.000	1,27%	0,04%
	DIRECCIÓN GENERAL DE TRANSFORMACIÓN DIGITAL DE LA ADMINISTRACIÓN DE JUSTICIA	CARPETA JUSTICIA: EL PUNTO DE ACCESO UNIFICADO A LOS SERVICIOS DE LA ADMINISTRACIÓN DE JUSTICIA	150.000	3,80%	0,11%
	SECRETARÍA DE ESTADO DE JUSTICIA	ATRACCIÓN DE TALENTO PÚBLICO: BECAS PARA LA PREPARACIÓN DE OPOSICIONES DE JUSTICIA	1.750.000	44,30%	1,27%
		DELITOS DE ODIOS. OFICINAS DE ATENCIÓN A LAS VÍCTIMAS	600.000	15,19%	0,43%
PATRIMONIO NACIONAL	PROMOCIÓN Y CONSOLIDACIÓN DE LA IMAGEN DE LA GALERÍA DE LAS COLECCIONES REALES	1.000.000	25,32%	0,72%	
<b>TOTAL PRESIDENCIA, JUSTICIA Y RELACIONES CON LAS CORTES</b>			<b>3.950.000</b>	<b>100,00%</b>	<b>2,86%</b>
ASUNTOS EXTERIORES, UNIÓN EUROPEA Y COOPERACIÓN	DIRECCIÓN GENERAL DE COMUNICACIÓN, DIPLOMACIA PÚBLICA Y REDES	VIAJA SEGURO	10.000	38,46%	0,01%
		TU CONSULADO	10.000	38,46%	0,01%
		DIPLOMATO	6.000	23,08%	0,00%
<b>TOTAL ASUNTOS EXTERIORES, UNIÓN EUROPEA Y COOPERACIÓN</b>			<b>26.000</b>	<b>100,00%</b>	<b>0,02%</b>
DEFENSA	DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL DE LA DEFENSA	ACTUACIONES INSTITUCIONALES DE CONMEMORACIÓN DE DIVERSAS EFEMÉRIDES DE LOS EJÉRCITOS Y LA ARMADA PARA LA DIFUSIÓN DE LA CULTURA DE DEFENSA	50.000	50,00%	0,04%
		ACTUACIONES INSTITUCIONALES DE CONMEMORACIÓN DEL 50 ANIVERSARIO DE LA CREACIÓN DE LA ACADEMIA GENERAL BÁSICA DE SUBOFICIALES DEL EJÉRCITO DE TIERRA	25.000	25,00%	0,02%
		ACTUACIONES INSTITUCIONALES DE CONMEMORACIÓN DEL 50 ANIVERSARIO DE LA CREACIÓN DEL ALA 14 DEL EJÉRCITO DEL AIRE Y DEL ESPACIO	25.000	25,00%	0,02%
<b>TOTAL DEFENSA</b>			<b>100.000</b>	<b>100,00%</b>	<b>0,07%</b>
HACIENDA	AGENCIA TRIBUTARIA	SENSIBILIZACIÓN FISCAL E INFORMACIÓN Y ASISTENCIA A LA CIUDADANÍA EN EL CUMPLIMIENTO DE SUS OBLIGACIONES FISCALES Y EN EL ACCESO A SERVICIOS O MEDIDAS DE AYUDA PRESTADOS POR LA AGENCIA TRIBUTARIA	9.000.000	100,00%	6,51%
<b>TOTAL HACIENDA</b>			<b>9.000.000</b>	<b>100,00%</b>	<b>6,51%</b>



MINISTERIO	CENTRO DIRECTIVO/ORGANISMO	TITULO CAMPAÑA	COSTE	% COSTE CAMPAÑA RESPECTO AL MINISTERIO	% COSTE CAMPAÑA RESPECTO AL TOTAL
INTERIOR	DIRECCIÓN GENERAL DE POLÍTICA INTERIOR	EL EJERCICIO DEL VOTO POR CORREO EN LAS ELECCIONES AL PARLAMENTO EUROPEO DEL 9 DE JUNIO DE 2024	36.300	0,32%	0,03%
		LA EXPOSICIÓN DE LAS LISTAS DEL CENSO ELECTORAL EN LAS ELECCIONES AL PARLAMENTO EUROPEO DE 9 DE JUNIO DE 2024	36.300	0,32%	0,03%
		LA FECHA Y EL PROCEDIMIENTO DE VOTACION EN LAS ELECCIONES AL PARLAMENTO EUROPEO DE 9 DE JUNIO DE 2024	36.300	0,32%	0,03%
		INFORMACIÓN A LAS PERSONAS CIEGAS O CON DISCAPACIDAD VISUAL GRAVE, CONOCEDORAS DEL SISTEMA BRAILLE EN LAS ELECCIONES AL PARLAMENTO EUROPEO DE 9 DE JUNIO DE 2024	36.300	0,32%	0,03%
		EL EJERCICIO DEL DERECHO DEL VOTO DE LOS ELECTORES RESIDENTES PERMANENTEMENTE EN EL EXTRANJERO (VOTO CERA) EN LAS ELECCIONES AL PARLAMENTO EUROPEO DE 9 DE JUNIO DE 2024.	36.300	0,32%	0,03%
		INFORMACIÓN A LOS ELECTORES QUE SE ENCUENTREN TEMPORALMENTE EN EL EXTRANJERO EN LAS ELECCIONES AL PARLAMENTO EUROPEO DE 9 DE JUNIO DE 2024	36.300	0,32%	0,03%
	JEFATURA CENTRAL DE TRÁFICO - DGT	CAMPAÑA PARA LA DIVULGACIÓN DE LA SEGURIDAD VIAL	11.162.000	98,00%	8,07%
<b>TOTAL INTERIOR</b>			<b>11.389.800</b>	<b>100,00%</b>	<b>8,24%</b>
TRANSPORTES Y MOVILIDAD SOSTENIBLE	TRANSPORTES Y MOVILIDAD SOSTENIBLE	PLAN DE ACCIONES DE COMUNICACIÓN SOBRE SERVICIOS DE INTERÉS PÚBLICO QUE INFLUYEN E LA CALIDAD DE VIDA DE LA CIUDADANÍA EN EL ÁMBITO DE LA MOVILIDAD Y LOS TRANSPORTES.	2.500.000	74,16%	1,81%
	AGENCIA ESTATAL DE SEGURIDAD FERROVIARIA	DIFUSIÓN DE COMPORTAMIENTOS SEGUROS EN ENTORNOS FERROVIARIOS	785.000	23,28%	0,57%
	ENAIRES	DIFUSIÓN DE CONVOCATORIAS DE EMPLEO PÚBLICO, PRINCIPALMENTE CONVOCATORIAS DE PLAZAS DE CONTROL AÉREO	36.300	1,08%	0,03%
	PUERTOS DEL ESTADO	LA MARCA DE PUERTOS DEL ESTADO Y EL SISTEMA PORTUARIO	50.000	1,48%	0,04%
<b>TOTAL TRANSPORTES Y MOVILIDAD SOSTENIBLE</b>			<b>3.371.300</b>	<b>100,00%</b>	<b>2,44%</b>
EDUCACIÓN, FORMACIÓN PROFESIONAL Y DEPORTES	SECRETARÍA DE ESTADO DE EDUCACIÓN	CAMPAÑA DE BECAS	1.000.000	48,08%	0,72%
	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	48,08%	0,72%
	CONSEJO SUPERIOR DE DEPORTES	COMBATE EL DISCURSO DE ODO EN EL DEPORTE	40.000	1,92%	0,03%
		TEAM ESPAÑA ELITE	40.000	1,92%	0,03%
<b>TOTAL EDUCACIÓN, FORMACIÓN PROFESIONAL Y DEPORTES</b>			<b>2.080.000</b>	<b>100,00%</b>	<b>1,50%</b>



MINISTERIO	CENTRO DIRECTIVO/ORGANISMO	TITULO CAMPAÑA	COSTE	% COSTE CAMPAÑA RESPECTO AL MINISTERIO	% COSTE CAMPAÑA RESPECTO AL TOTAL
TRABAJO Y ECONOMÍA SOCIAL	GABINETE DE LA MINISTRA	MUJER Y MUNDO LABORAL	665.000	30,18%	0,48%
		JÓVENES Y PRECARIEDAD	565.000	25,64%	0,41%
		1º DE MAYO: DÍA INTERNACIONAL DEL TRABAJO	300.000	13,61%	0,22%
	UNIDAD ADMINISTRADORA DEL FONDO SOCIAL EUROPEO	FSE+: LA EUROPA DE LAS PERSONAS	36.300	1,65%	0,03%
		DÍA DE EUROPA	18.000	0,82%	0,01%
	INSPECCIÓN DE TRABAJO Y SEGURIDAD SOCIAL	FALSOS AUTÓNOMOS	40.000	1,82%	0,03%
	INSTITUTO NACIONAL DE SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO	PREVENCIÓN DE LOS ACCIDENTES DE TRABAJO Y ENFERMEDADES PROFESIONALES	499.384	22,66%	0,36%
		PROMOCIÓN DE LA SALUD EN EL ÁMBITO LABORAL	40.000	1,82%	0,03%
		TRABAJOS A LA INTEMPERIE: RIESGOS RELACIONADOS CON LA TEMPERATURA Y CON LA RADIACIÓN	40.000	1,82%	0,03%
	<b>TOTAL TRABAJO Y ECONOMÍA SOCIAL</b>			<b>2.203.684</b>	<b>100,00%</b>
INDUSTRIA Y TURISMO	SUBSECRETARÍA	DIFUSIÓN DE ACCIONES DEL MINISTERIO DE INDUSTRIA Y TURISMO	108.960	7,08%	0,08%
	OFICINA ESPAÑOLA DE PATENTES Y MARCAS (OPEM)	CONCIENCIACIÓN Y SENSIBILIZACIÓN SOBRE LAS FALSIFICACIONES DE BIENES Y MERCANCÍAS Y SUS CONSECUENCIAS SOCIALES Y ECONÓMICAS	1.430.000	92,92%	1,03%
<b>TOTAL INDUSTRIA Y TURISMO</b>			<b>1.538.960</b>	<b>100,00%</b>	<b>1,11%</b>
AGRICULTURA, PESCA Y ALIMENTACIÓN	SUBSECRETARÍA	VALORIZACIÓN DEL MUNDO RURAL	400.000	1,86%	0,29%
		INFLUENCIA DEL SECTOR PRIMARIO EN LA ECONOMÍA	300.000	1,39%	0,22%
	DIRECCIÓN GENERAL DE ALIMENTACIÓN	ALIMENTOS DE ESPAÑA, POTENCIA ALIMENTARIA	2.703.543	12,54%	1,95%
		DIFUSIÓN Y PROMOCIÓN DE LOS ALIMENTOS DE ESPAÑA	3.156.515	14,64%	2,28%
		ALIMENTOS DE ESPAÑA, ALIMENTOS DE CALIDAD	2.789.515	12,94%	2,02%
		ALIMENTOS DE ESPAÑA, ALIMENTOS DE TODOS	4.235.000	19,64%	3,06%
		PARTICIPACIÓN EN FERIAS Y EVENTOS DE CARÁCTER AGROALIMENTARIO Y PESQUERO 2024	2.904.000	13,47%	2,10%
		PREMIOS ALIMENTOS DE ESPAÑA 2024	96.800	0,45%	0,07%
	DIRECCIÓN GENERAL DE DESARROLLO RURAL, INNOVACIÓN Y FORMACIÓN AGROALIMENTARIA	CAMINOS NATURALES DE ESPAÑA. ELIGE TU CAMINO	4.007.000	18,58%	2,90%
		PRESENCIA INSTITUCIONAL DE CAMINOS NATURALES EN FITUR 2024	275.792	1,28%	0,20%
	ENTIDAD ESTATAL DE SEGUROS AGRARIOS (ENESA)	PLAN DE SEGUROS AGRARIOS	394.789	1,83%	0,29%
	FONDO ESPAÑOL DE GARANTÍA AGRARIA (FEGA)	AYUDAS DE LA POLÍTICA AGRÍCOLA COMÚN 2024	300.000	1,39%	0,22%
<b>TOTAL AGRICULTURA, PESCA Y ALIMENTACIÓN</b>			<b>21.562.954</b>	<b>100,00%</b>	<b>15,59%</b>



MINISTERIO	CENTRO DIRECTIVO/ORGANISMO	TITULO CAMPAÑA	COSTE	% COSTE CAMPAÑA RESPECTO AL MINISTERIO	% COSTE CAMPAÑA RESPECTO AL TOTAL
POLÍTICA TERRITORIAL Y MEMORIA DEMOCRÁTICA	COMISIONADO ESPECIAL PARA LA RECONSTRUCCIÓN DE LA ISLA DE LA PALMA	AYUDAS PREVISTAS EN EL PLAN DE RECONSTRUCCIÓN PARA LA ISLA DE LA PALMA	200.000	20,00%	0,14%
	DIRECCIÓN GENERAL DE LA ADMINISTRACIÓN GENERAL DEL ESTADO EN EL TERRITORIO	LA ADMINISTRACIÓN CERCA DE TÍ	500.000	50,00%	0,36%
	SECRETARÍA DE ESTADO DE MEMORIA DEMOCRÁTICA	INFORMACIÓN Y SENSIBILIZACIÓN SOBRE LOS VALORES DEMOCRÁTICOS Y LA RECUPERACIÓN DE LA MEMORIA DE LAS VÍCTIMAS DE LA GUERRA DE ESPAÑA Y LA DICTADURA FRANQUISTA	300.000	30,00%	0,22%
<b>TOTAL POLÍTICA TERRITORIAL Y MEMORIA DEMOCRÁTICA</b>			<b>1.000.000</b>	<b>100,00%</b>	<b>0,72%</b>
TRANSICIÓN ECOLÓGICA Y EL RETO DEMOGRÁFICO	SUBSECRETARÍA	MIMARMENOR	75.000	0,79%	0,05%
	OFICINA TÉCNICA DEL MAR MENOR Y OFICINA TÉCNICA DE DOÑANA	LA IMPORTANCIA DE LOS HUMEDALES DE DOÑANA Y DEL MAR MENOR	1.000.000	10,52%	0,72%
		MARCA "RESERVAS DE LA BIOSFERA ESPAÑOLAS"	251.000	2,64%	0,18%
	O.A. PARQUES NACIONALES	DESARROLLO SOSTENIBLE DEL ÁREA DE INFLUENCIA DEL ESPACIO NATURAL DOÑANA A TRAVÉS DE LA MARCA DOÑANA	75.000	0,79%	0,05%
	INSTITUTO PARA LA TRANSICIÓN JUSTA	ACTUACIONES Y LÍNEAS DE AYUDA EN LAS ZONAS INMERSAS EN TRANSICIÓN ENERGÉTICA	600.000	6,31%	0,43%
	INSTITUTO PARA LA DIVERSIFICACIÓN Y AHORRO DE LA ENERGÍA (IDAE)	"LA ENERGÍA QUE NOS MUEVE Y QUE NOS HACE CRECER"	6.050.000	63,65%	4,37%
	FUNDACIÓN CIUDAD DE LA ENERGÍA - CIUDEN, F.S.P.	LA FÁBRICA DE LUZ. MUSEO DE LA ENERGÍA: PATRIMONIO INDUSTRIAL, HISTORIA Y ACTIVIDAD	23.000	0,24%	0,02%
		ACTIVIDAD DE CIUDEN	29.000	0,31%	0,02%
		CAMPAÑA DE AHORRO DE AGUA	75.000	0,79%	0,05%
	MANCOMUNIDAD DE LOS CANALES DEL TAIBILLA (MCT)	DIVULGACIÓN DE LA ACTIVIDAD QUE REALIZA LA MANCOMUNIDAD DE LOS CANALES DEL TAIBILLA	25.000	0,26%	0,02%
		DÍA MUNDIAL DEL AGUA	6.000	0,06%	0,00%
		DÍA MUNDIAL DEL MEDIO AMBIENTE	6.000	0,06%	0,00%
	CONFEDERACIÓN HIDROGRÁFICA DEL CANTÁBRICO	ACTUALIDAD DE LA CONFEDERACIÓN HIDROGRÁFICA DEL CANTÁBRICO	53.000	0,56%	0,04%
	CONFEDERACIÓN HIDROGRÁFICA DEL DUERO	ACTUALIDAD DE LA CONFEDERACIÓN HIDROGRÁFICA DEL DUERO	100.000	1,05%	0,07%
		DÍA MUNDIAL DEL AGUA	15.000	0,16%	0,01%
DÍA MUNDIAL DEL MEDIO AMBIENTE		15.000	0,16%	0,01%	



MINISTERIO	CENTRO DIRECTIVO/ORGANISMO	TITULO CAMPAÑA	COSTE	% COSTE CAMPAÑA RESPECTO AL MINISTERIO	% COSTE CAMPAÑA RESPECTO AL TOTAL
TRANSICIÓN ECOLÓGICA Y EL RETO DEMOGRÁFICO	CONFEDERACIÓN HIDROGRÁFICA DEL EBRO	EMBALSES NAVEGABLES DE LA CUENCA DEL EBRO Y SUS ESPECIES INVASORAS	52.500	0,55%	0,04%
		DIVULGACIÓN SOBRE LOS USOS DEL AGUA Y DE LA ACTIVIDAD QUE DESARROLLA LA CONFEDERACIÓN HIDROGRÁFICA DEL EBRO EN SU CUENCA	20.000	0,21%	0,01%
		CUMPLIMENTACIÓN FORMULARIO DECLARACIÓN RESPONSABLE DE ACTUACIONES EN CAUCE	18.000	0,19%	0,01%
		DISEÑO DE TUTORIAL DINÁMICO EN LA PÁGINA WEB PARA LA EJECUCIÓN DE ACTUACIONES EN EL DOMINIO PÚBLICO HIDRÁULICO (DPH) Y SU ZONA DE POLICÍA	18.000	0,19%	0,01%
		GEOPORTAL SITEBRO: EL TERRITORIO DE LA CUENCA DEL EBRO SIEMPRE A MANO	18.000	0,19%	0,01%
		HUMEDALES	18.000	0,19%	0,01%
		ADECUACIÓN MORFOLÓGICA Y RESTAURACIÓN AMBIENTAL DEL RÍO EBRO EN EL PARAJE "LA ROZA" DE ALFARO (LA RIOJA)	18.000	0,19%	0,01%
		TUTORIAL DEL PLAN DE GESTIÓN DEL RIESGO DE INUNDACIÓN EN LA CUENCA DEL EBRO	18.000	0,19%	0,01%
	CONFEDERACIÓN HIDROGRÁFICA DEL GUADALQUIVIR	ACTUALIDAD E INFORMACIÓN DE INTERÉS PÚBLICO DE LA CHG	150.000	1,58%	0,11%
		DÍA MUNDIAL DEL AGUA	60.000	0,63%	0,04%
		EDUCACIÓN AMBIENTAL CHG	50.000	0,53%	0,04%
		SEQUIA EN LA CUENCA DEL GUADALQUIVIR	50.000	0,53%	0,04%
	CONFEDERACIÓN HIDROGRÁFICA DEL GUADIANA	CAMPAÑA DE AHORRO DE AGUA	6.000	0,06%	0,00%
		CAMPAÑA DEL DÍA MUNDIAL DEL AGUA	5.000	0,05%	0,00%
	CONFEDERACIÓN HIDROGRÁFICA DEL MIÑO-SIL	EL VALOR DEL MEDIO AMBIENTE	15.000	0,16%	0,01%
		EL USO RESPONSABLE DEL AGUA ES COSA DE TODOS/AS	15.000	0,16%	0,01%
		FONDOS EUROPEOS	15.000	0,16%	0,01%
		EL PATRIMONIO NATURAL Y LA EDUCACIÓN AMBIENTAL	15.000	0,16%	0,01%
		DÍA MUNDIAL DEL AGUA	14.500	0,15%	0,01%
		TU ADMINISTRACIÓN ACCESIBLE Y CERCANA	14.500	0,15%	0,01%
CONFEDERACIÓN HIDROGRÁFICA DEL SEGURA	DÍA MUNDIAL DEL AGUA	18.000	0,19%	0,01%	
	DÍA MUNDIAL DEL MEDIO AMBIENTE	18.000	0,19%	0,01%	
SOCIEDAD ESTATAL AGUAS DE LAS CUENCAS DE ESPAÑA (GRUPO PATRIMONIO)	DÍA DE EUROPA	15.000	0,16%	0,01%	
	DÍA MUNDIAL DEL AGUA	15.000	0,16%	0,01%	
FUNDACIÓN BIODIVERSIDAD	ESTRATEGIA NACIONAL DE INFRAESTRUCTURA VERDE	200.000	2,10%	0,14%	
SECRETARÍA GENERAL PARA EL RETO DEMOGRÁFICO	COHESIÓN TERRITORIAL EN ESPAÑA, RETOS Y OPORTUNIDADES	250.000	2,63%	0,18%	
<b>TOTAL TRANSICIÓN ECOLÓGICA Y EL RETO DEMOGRÁFICO</b>			<b>9.504.500</b>	<b>100,00%</b>	<b>6,87%</b>



MINISTERIO	CENTRO DIRECTIVO/ORGANISMO	TITULO CAMPAÑA	COSTE	% COSTE CAMPAÑA RESPECTO AL MINISTERIO	% COSTE CAMPAÑA RESPECTO AL TOTAL
VIVIENDA Y AGENDA URBANA	VIVIENDA Y AGENDA URBANA	PLAN DE ACCIONES DE COMUNICACIÓN SOBRE SERVICIOS DE INTERÉS PÚBLICO QUE INFLUYEN E LA CALIDAD DE VIDA DE LA CIUDADANÍA EN EL ÁMBITO DE VIVIENDA Y AGENDA URBANA	3.500.000	100,00%	2,53%
<b>TOTAL VIVIENDA Y AGENDA URBANA</b>			<b>3.500.000</b>	<b>100,00%</b>	<b>2,53%</b>
CULTURA	SECRETARÍA DE ESTADO DE CULTURA	DERECHOS CULTURALES	3.600.000	43,01%	2,60%
	DIRECCIÓN GENERAL DE INDUSTRIAS CULTURALES, PROPIEDAD INTELECTUAL Y COOPERACIÓN	BONO CULTURAL JOVEN 2024	4.500.000	53,76%	3,25%
		CAMPAÑA CONTRA LA VULNERACIÓN DE LOS DERECHOS DE PROPIEDAD INTELECTUAL	100.000	1,19%	0,07%
		PROGRAMAS EUROPEOS "EUROPA CREATIVA" Y "CIUDADANOS, IGUALDAD, DERECHOS Y VALORES"	10.100	0,12%	0,01%
		THE GOOD GAMER	9.000	0,11%	0,01%
		ACTIVIDADES DEL PROGRAMA CULTURA Y CIUDADANÍA	2.570	0,03%	0,00%
	DIRECCIÓN GENERAL DEL LIBRO, DEL CÓMIC Y DE LA LECTURA	EBIBLIO 2024: FOMENTO DE LA LECTURA DIGITAL	80.000	0,96%	0,06%
	INSTITUTO DE LA CINEMATOGRAFÍA Y DE LAS ARTES AUDIOVISUALES (ICAA)	PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN DE LA CINEMATOGRAFÍA ESPAÑOLA 2024	18.000	0,22%	0,01%
		DÍA DEL CINE ESPAÑOL 2024	18.000	0,22%	0,01%
		PROGRAMACIÓN DE FILMOTECA ESPAÑOLA Y DE EFEMÉRIDES E HITOS DEL CINE ESPAÑOL EN 2024	12.500	0,15%	0,01%
		PREMIO NACIONAL DE CINEMATOGRAFÍA 2024	10.000	0,12%	0,01%
		PREMIOS GOYA 2024	10.000	0,12%	0,01%
	<b>TOTAL CULTURA</b>			<b>8.370.170</b>	<b>100,00%</b>
ECONOMÍA, COMERCIO Y EMPRESA	SUBSECRETARÍA	VISIBILIZACIÓN DEL PLAN DE RECUPERACIÓN, TRANSFORMACIÓN Y RESILIENCIA.	2.865.000	100,00%	2,07%
<b>TOTAL ECONOMÍA, COMERCIO Y EMPRESA</b>			<b>2.865.000</b>	<b>100,00%</b>	<b>2,07%</b>
SANIDAD	DIRECCIÓN GENERAL DE SALUD PÚBLICA Y EQUIDAD EN SALUD	PREVENCIÓN DEL TABAQUISMO Y PROTECCIÓN DE LA SALUD	393.500	12,76%	0,28%
		PREVENCIÓN DEL VIH Y OTRAS INFECCIONES DE TRANSMISIÓN SEXUAL (ITS)	300.000	9,72%	0,22%
		PROMOCIÓN DE LA VACUNACIÓN ESTACIONAL	100.000	3,24%	0,07%
		SALUD Y MEDIO AMBIENTE	100.000	3,24%	0,07%
	DIRECCIÓN GENERAL DE SALUD PÚBLICA Y EQUIDAD EN SALUD Y COMISIONADO DE SALUD MENTAL	PROMOCIÓN Y PROTECCIÓN DE LA SALUD MENTAL	806.500	26,14%	0,58%
	DIRECCIÓN GENERAL DE SALUD PÚBLICA Y EQUIDAD EN SALUD Y DIRECCIÓN GENERAL DE ORDENACIÓN PROFESIONAL	EL VALOR DE LA ATENCIÓN PRIMARIA	485.000	15,72%	0,35%
	AGENCIA ESPAÑOLA DE MEDICAMENTOS Y PRODUCTOS SANITARIOS	LA EVIDENCIA CIENTIFICA APLICADA A LA SALUD	600.000	19,45%	0,43%
		INFORMACIÓN SOBRE EL USO PRUDENTE DE LOS ANTIBIÓTICOS	300.000	9,72%	0,22%
	<b>TOTAL SANIDAD</b>			<b>3.085.000</b>	<b>100,00%</b>

MINISTERIO	CENTRO DIRECTIVO/ORGANISMO	TITULO CAMPAÑA	COSTE	% COSTE CAMPAÑA RESPECTO AL MINISTERIO	% COSTE CAMPAÑA RESPECTO AL TOTAL
DERECHOS SOCIALES, CONSUMO Y AGENDA 2030	DIRECCIÓN GENERAL DE AGENDA 2030	UNA AGENDA 2030 PARA TODA LA CIUDADANÍA	1.218.345	13,23%	0,88%
	DIRECCIÓN GENERAL DE CONSUMO	SENSIBILIZACIÓN SOBRE CONSUMO SOSTENIBLE	880.000	9,56%	0,64%
	DIRECCIÓN GENERAL DE DERECHOS DE LAS PERSONAS CON DISCAPACIDAD	SOMOS PERSONAS CON DISCAPACIDAD	500.000	5,43%	0,36%
	DIRECCIÓN GENERAL DE DERECHOS DE LOS ANIMALES	EMPATÍA	1.110.000	12,05%	0,80%
	DIRECCIÓN GENERAL DE DIVERSIDAD FAMILIAR Y SERVICIOS SOCIALES	MÁS TIEMPO PARA LA CONCILIACIÓN Y LOS CUIDADOS	1.000.000	10,86%	0,72%
	SECRETARÍA GENERAL DE CONSUMO Y JUEGO	LA NUEVA HERRAMIENTA EN ORIGEN	100.000	1,09%	0,07%
	DIRECCIÓN GENERAL DE ORDENACIÓN DEL JUEGO	LA NATURALEZA Y RIESGOS DE LAS CAJAS BOTÍN	2.100.000	22,81%	1,52%
	AGENCIA ESPAÑOLA DE SEGURIDAD ALIMENTARIA Y NUTRICIÓN	POR UNA ALIMENTACIÓN Y HÁBITOS DE VIDA SALUDABLES	300.000	3,26%	0,22%
INSTITUTO DE MAYORES Y SERVICIOS SOCIALES (IMSERSO)	SENSIBILIZACIÓN SOBRE LOS SERVICIOS DE DEPENDENCIA	2.000.000	21,72%	1,45%	
<b>TOTAL DERECHOS SOCIALES, CONSUMO Y AGENDA 2030</b>			<b>9.208.345</b>	<b>100,00%</b>	<b>6,66%</b>
CIENCIA, INNOVACIÓN Y UNIVERSIDADES	SECRETARÍA GENERAL DE INNOVACIÓN	PREMIOS NACIONALES DE INNOVACIÓN Y DE DISEÑO 2024	5.000	0,97%	0,00%
	SECRETARÍA GENERAL DE INVESTIGACIÓN	PREMIOS NACIONALES DE INVESTIGACIÓN Y PREMIOS NACIONALES DE INVESTIGACIÓN PARA JÓVENES 2024	6.000	1,17%	0,00%
	SECRETARÍA GENERAL DE UNIVERSIDADES	CERTAMEN JÓVENES INVESTIGADORES	2.000	0,39%	0,00%
		CERTAMEN ARQUÍMEDES DE INTRODUCCIÓN A LA INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA	2.000	0,39%	0,00%
	CENTRO PARA EL DESARROLLO TECNOLÓGICO Y LA INNOVACIÓN, E.P.E (CDTI)	INICIATIVAS Y PROGRAMAS PÚBLICOS DE APOYO A LOS PROYECTOS DE I+D+I EMPRESARIAL E INNOVACIÓN	500.000	97,09%	0,36%
<b>TOTAL CIENCIA, INNOVACIÓN Y UNIVERSIDADES</b>			<b>515.000</b>	<b>100,00%</b>	<b>0,37%</b>
IGUALDAD	SECRETARÍA DE ESTADO DE IGUALDAD Y PARA LA ERRADICACIÓN DE LA VIOLENCIA CONTRA LAS MUJERES	PROMOCIÓN DE UNA EDUCACIÓN SEXUAL POSITIVA BASADA EN LA IGUALDAD Y EL BUEN TRATO	3.200.000	18,26%	2,31%
		SENSIBILIZACIÓN EN CORRESPONSABILIDAD Y CUIDADOS	2.900.000	16,55%	2,10%
		CAMPAÑA CON MOTIVO DEL DÍA INTERNACIONAL DE LA MUJER	121.000	0,69%	0,09%
	DELEGACIÓN DE GOBIERNO CONTRA LA VIOLENCIA DE GÉNERO	CONCIENCIACIÓN SOCIAL CONTRA LAS DISTINTAS FORMAS DE VIOLENCIA CONTRA LAS MUJERES DURANTE 2024	7.000.000	39,95%	5,06%
	DIRECCIÓN GENERAL PARA LA IGUALDAD DE TRATO Y NO DISCRIMINACIÓN Y CONTRA EL RACISMO	SENSIBILIZACIÓN SOCIAL CONTRA EL RACISMO Y LA DISCRIMINACIÓN RACIAL	1.300.000	7,42%	0,94%
	DIRECCIÓN GENERAL PARA LA IGUALDAD REAL Y EFECTIVA DE LAS PERSONAS LGTBI+	LA IGUALDAD REAL Y EFECTIVA DE LAS PERSONAS LGTBI+	1.500.000	8,56%	1,08%
	INSTITUTO DE LAS MUJERES	IGUALDAD EFECTIVA DE MUJERES Y HOMBRES	1.500.000	8,56%	1,08%
	<b>TOTAL IGUALDAD</b>			<b>17.521.000</b>	<b>100,00%</b>



MINISTERIO	CENTRO DIRECTIVO/ORGANISMO	TITULO CAMPAÑA	COSTE	% COSTE CAMPAÑA RESPECTO AL MINISTERIO	% COSTE CAMPAÑA RESPECTO AL TOTAL
INCLUSIÓN, SS Y MIGRACIONES	GABINETE DE LA MINISTRA	INFORMACIÓN SOBRE LA REFORMA DE LAS PENSIONES	3.045.000	40,68%	2,20%
		LA MIGRACIÓN, FUENTE DE RIQUEZA	2.000.000	26,72%	1,45%
		INFORMACIÓN SOBRE LAS MODIFICACIONES EN LA COTIZACIÓN DE LOS AUTÓNOMOS	1.600.000	21,38%	1,16%
		PROMOCIÓN DE LOS PLANES COLECTIVOS DE PENSIONES	260.000	3,47%	0,19%
		PROMOVER EL ACCESO A LA FUNCIÓN PÚBLICA A TRAVÉS DE LOS CUERPOS ESPECIALES DE LA SEGURIDAD SOCIAL	200.000	2,67%	0,14%
	SECRETARÍA GENERAL DE INCLUSIÓN	INFORMACIÓN SOBRE EL INGRESO MÍNIMO VITAL	380.000	5,08%	0,27%
<b>TOTAL INCLUSIÓN, SS Y MIGRACIONES</b>			<b>7.485.000</b>	<b>100,00%</b>	<b>5,41%</b>
TRANSFORMACIÓN DIGITAL Y DE LA FUNCIÓN PÚBLICA	SUBSECRETARÍA	DIFUSIÓN Y VISIBILIZACIÓN DE LA AGENDA DIGITAL 2026	3.000.000	21,96%	2,17%
		A LA VANGUARDIA DE LA DIGITALIZACIÓN	330.000	2,42%	0,24%
	SECRETARÍA DE ESTADO DE TELECOMUNICACIONES E INFRAESTRUCTURAS DIGITALES	LA DIGITALIZACIÓN EN EL ÁMBITO RURAL	90.000	0,66%	0,07%
		LAS FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES DE LA SETELECO	60.000	0,44%	0,04%
		APLICACIONES DEL 5G – FOMENTO DE LA DEMANDA	20.000	0,15%	0,01%
	INSTITUTO NACIONAL DE CIBERSEGURIDAD DE ESPAÑA, S.A. (INCIBE)	DIFUSIÓN DE SERVICIOS PÚBLICOS Y CONCIENCIACIÓN EN CIBERSEGURIDAD PARA CIUDADANOS Y EMPRESAS 2024	5.998.151	43,92%	4,34%
	RED.ES	KIT DIGITAL	2.560.000	18,74%	1,85%
		INICIATIVAS DE IMPORTANCIA ESTRATÉGICA NUEVA SENDA FEDER	1.600.000	11,71%	1,16%
<b>TOTAL TRANSFORMACIÓN DIGITAL Y DE LA FUNCIÓN PÚBLICA</b>			<b>13.658.151</b>	<b>100,00%</b>	<b>9,88%</b>
JUVENTUD E INFANCIA	SECRETARÍA DE ESTADO DE JUVENTUD E INFANCIA	LA DIGITALIZACIÓN Y EL USO DE PANTALLAS ENTRE PERSONAS MENORES	2.420.000	38,14%	1,75%
		CONCIENCIACIÓN MEDIOAMBIENTAL ENTRE JÓVENES	1.300.000	20,49%	0,94%
		EL IMPACTO DE LA POBREZA EN PERSONAS MENORES	1.300.000	20,49%	0,94%
	DIRECCIÓN GENERAL DE DERECHOS DE LA INFANCIA Y LA ADOLESCENCIA	SENSIBILIZACIÓN CONTRA LA VIOLENCIA HACIA LA INFANCIA Y LA ADOLESCENCIA	1.300.000	20,49%	0,94%
	INSTITUTO DE LA JUVENTUD	EURODESK	25.000	0,39%	0,02%
<b>TOTAL JUVENTUD E INFANCIA</b>			<b>6.345.000</b>	<b>100,00%</b>	<b>4,59%</b>
<b>TOTAL</b>			<b>138.299.864</b>		<b>100%</b>

## Anexo III: Relación de campañas institucionales 2024

PRESIDENCIA DEL GOBIERNO	
<b>DEPARTAMENTO DE SEGURIDAD NACIONAL</b>	
<b>SEGURIDAD NACIONAL SOMOS TODOS. PROTEJAMOS LO COTIDIANO</b>	
<b>Objetivo y sentido:</b> TRANSMITIR LA TRASCENDENCIA DE LA SEGURIDAD NACIONAL COMO UNA POLÍTICA DE ESTADO EN LA QUE ESTÁ IMPLICADA TODA LA ADMINISTRACIÓN PÚBLICA Y QUE, DE FORMA INEXORABLE, NECESITA DE LA CORRESPONSABILIDAD DE TODA LA SOCIEDAD PARA SALVAGUARDAR LA SEGURIDAD INDIVIDUAL, DE LA COMUNIDAD Y DEL ESTADO. MOSTRAR QUE TODOS LOS CIUDADANOS, DESDE SU ÁMBITO PROFESIONAL Y TAMBIÉN PERSONAL, SON PROTAGONISTAS Y PARTICIPES -JUNTO CON TODA LA ADMINISTRACIÓN PÚBLICA- DE LA GARANTÍA DE LA SEGURIDAD NACIONAL.	
<b>Ejecución:</b> Anual	<b>Periodo de ejecución:</b> Del 1 de febrero al 31 de diciembre de 2024
<b>Coste:</b> 15.000	
<b>Aplicación presupuestaria:</b> Subconcepto 226.02	
<b>Soporte:</b> Internet, relaciones públicas y otras herramientas: redes sociales propias, jornadas, seminarios y eventos	
<b>Difusión:</b> Nacional	<b>Idioma:</b> Castellano
<b>Población objetivo de la campaña:</b> General	
<b>Medidas accesibilidad:</b> Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos	

SECRETARÍA DE ESTADO DE COMUNICACIÓN	
<b>ACCIONES DE COMUNICACIÓN EN DÍAS INTERNACIONALES Y CONMEMORACIONES</b>	
<b>Objetivo y sentido:</b> DIVULGAR E INFORMAR A LA CIUDADANÍA ACERCA DE ANIVERSARIOS, CONMEMORACIONES Y OTRAS ACTIVIDADES CON PROYECCIÓN PÚBLICA.	
<b>Ejecución:</b> Anual	<b>Periodo de ejecución:</b> Del 1 de febrero al 31 de diciembre de 2024
<b>Coste:</b> 5.000	
<b>Aplicación presupuestaria:</b> Subconcepto 226.02	
<b>Soporte:</b> Otras herramientas: redes sociales y webs institucionales	
<b>Difusión:</b> Nacional	<b>Idioma:</b> Castellano, catalán, gallego, euskera, valenciano e inglés
<b>Población objetivo de la campaña:</b> General	
<b>Medidas accesibilidad:</b> Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos	

## MINISTERIO DE LA PRESIDENCIA, JUSTICIA Y RELACIONES CON LAS CORTES

### GABINETE DEL MINISTRO

#### BICENTENARIO CONSEJO DE MINISTROS

**Objetivo y sentido:** INCREMENTAR EL CONOCIMIENTO DEL CONSEJO DE MINISTROS Y SU FUNCIONAMIENTO AL CONJUNTO DE LA CIUDADANÍA, TRASLADANDO LA COMPLEJIDAD E IMPORTANCIA DE LA TOMA DE DECISIONES. DAR A CONOCER LA DIGITALIZACIÓN DE LAS ACTAS.

**Ejecución:** Anual **Periodo de ejecución:** Del 1 de febrero al 31 de diciembre de 2024

**Coste:** 100.000

**Aplicación presupuestaria:** Subconcepto 226.02

**Soporte:** Internet, relaciones públicas y otras herramientas: redes sociales propias

**Difusión:** Nacional **Idioma:** Castellano

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

**Medidas accesibilidad:** Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

## SECRETARÍA DE ESTADO DE RELACIONES CON LAS CORTES Y ASUNTOS CONSTITUCIONALES

#### ANIVERSARIO CONSTITUCIÓN ESPAÑOLA

**Objetivo y sentido:** CONMEMORAR LA EFEMÉRIDE Y ACERCAR EL TEXTO CONSTITUCIONAL A LA POBLACIÓN ESPAÑOLA, DÁNDOLE EL VALOR DE SER UNA HERRAMIENTA ÚTIL Y CERCANA CON LA QUE SEGUIR AMPLIANDO DERECHOS Y CONSOLIDANDO OTROS NUEVOS.

**Ejecución:** Anual **Periodo de ejecución:** Del 1 de noviembre al 31 de diciembre de 2024

**Coste:** 300.000

**Aplicación presupuestaria:** Subconcepto 226.02

**Soporte:** Televisión, radio, prensa, Internet, exterior, relaciones públicas y otras herramientas: redes sociales propias

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

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

**Medidas accesibilidad:** Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

#### ANIVERSARIO DE LA DECLARACIÓN DE DERECHOS HUMANOS

**Objetivo y sentido:** IMPULSAR EL CONOCIMIENTO DE LA DECLARACIÓN UNIVERSAL DE LOS DD.HH. Y PONER DE RELIEVE CÓMO ÉSTOS CONTRIBUYEN A LA MEJORA DE LA VIDA COTIDIANA DE TODAS LAS PERSONAS Y CÓMO DEBEN SER UN INSTRUMENTO PARA FRENAR LOS RETROCESOS EN DERECHOS QUE SE ESTÁN VIVIENDO EN ALGUNOS LUGARES.

**Ejecución:** Anual **Periodo de ejecución:** Del 1 al 31 de diciembre de 2024

**Coste:** 50.000

**Aplicación presupuestaria:** Subconcepto 226.02

**Soporte:** Internet, relaciones públicas y otras herramientas: redes sociales propias

**Difusión:** Nacional **Idioma:** Castellano

**Población objetivo de la campaña:** General

**Medidas accesibilidad:** Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos



## MINISTERIO DE LA PRESIDENCIA, JUSTICIA Y RELACIONES CON LAS CORTES

### DIRECCIÓN GENERAL DE TRANSFORMACIÓN DIGITAL DE LA ADMINISTRACIÓN 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 CIUDADANOS Y EMPRESAS A LOS SERVICIOS OFRECIDOS POR LA ADMINISTRACIÓN DE JUSTICIA. LA CAMPAÑA SE DIRIGE 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 JUSTICIA MODERNA, CLARA Y ACCESIBLE.

**Ejecución:** Plurianual

**Periodo de ejecución:** Del 1 de febrero de 2024 al 31 de diciembre de 2025

**Coste:** 150.000

**Coste Plurianual:** 150.000

**Aplicación presupuestaria:** Subconcepto 226.02

**Soporte:** Prensa, Internet, marketing, relaciones públicas y otras herramientas: tríptico, presencia en ferias o eventos y redes sociales propias

**Difusión:** Nacional

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

**Población objetivo de la campaña:** General

**Medidas accesibilidad:** Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

### SECRETARÍA DE ESTADO DE JUSTICIA

#### ATRACCIÓN DE TALENTO PÚBLICO: BECAS PARA LA PREPARACIÓN DE OPOSICIONES DE JUSTICIA

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

**Ejecución:** Anual

**Periodo de ejecución:** Del 15 de febrero al 31 de diciembre de 2024

**Coste:** 1.750.000

**Aplicación presupuestaria:** Subconcepto 226.02

**Soporte:** Televisión, radio, prensa, revistas, Internet, exterior, relaciones públicas y otras herramientas: redes sociales propias

**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

#### DELITOS DE ODIOS. OFICINAS DE ATENCIÓN A LAS VÍCTIMAS

**Objetivo y sentido:** PROMOVER EL CONOCIMIENTO ENTRE LA POBLACIÓN GENERAL DE LA EXISTENCIA Y UTILIDAD DE LAS OFICINAS DE ATENCIÓN A LAS VÍCTIMAS DEL DELITO.

**Ejecución:** Anual

**Periodo de ejecución:** A determinar

**Coste:** 600.000

**Aplicación presupuestaria:** Subconcepto 226.02

**Soporte:** Televisión, radio, prensa, revistas, Internet, exterior, relaciones públicas y otras herramientas: redes sociales propias

**Difusión:** Nacional

**Idioma:** Castellano

**Población objetivo de la campaña:** General

**Medidas accesibilidad:** Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos



## MINISTERIO DE LA PRESIDENCIA, JUSTICIA Y RELACIONES CON LAS CORTES



### PATRIMONIO NACIONAL

#### PROMOCIÓN Y CONSOLIDACIÓN DE LA IMAGEN DE LA GALERÍA DE LAS COLECCIONES REALES

**Objetivo y sentido:** CONTINUAR PROMOCIONANDO LA GALERÍA DE LAS COLECCIONES REALES PARA CONSOLIDAR SU IMAGEN.

**Ejecución:** Anual

**Periodo de ejecución:** Del 1 de marzo al 31 de octubre de 2024

**Coste:** 1.000.000

**Aplicación presupuestaria:** Subconcepto 226.02

**Soporte:** Radio, prensa, revistas, Internet, exterior, cine y otras herramientas: redes sociales

**Difusión:** Nacional

**Idioma:** Castellano

**Evaluación:** Postest

**Población objetivo de la campaña:** General

**Medidas accesibilidad:** Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

## MINISTERIO DE ASUNTOS EXTERIORES, UNIÓN EUROPEA Y COOPERACIÓN

### DIRECCIÓN GENERAL DE COMUNICACIÓN, DIPLOMACIA PÚBLICA Y REDES

#### VIAJA SEGURO

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

**Ejecución:** Anual

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

**Coste:** 10.000

**Aplicación presupuestaria:** Concepto 640

**Soporte:** Internet, exterior y redes sociales propias

**Difusión:** Internacional

**Idioma:** Castellano

**Población objetivo de la campaña:** Estudiantes, tercera edad y trabajadores

**Medidas accesibilidad:** Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

#### TU CONSULADO

**Objetivo y sentido:** INFORMAR Y SENSIBILIZAR A LOS ESPAÑOLES RESIDENTES EN EL EXTRANJERO ACERCA DE LOS TRÁMITES QUE PUEDEN Y DEBEN HACER EN LOS CONSULADOS Y EMBAJADAS DE ESPAÑA EN EL EXTERIOR ASÍ COMO LOS TRÁMITES QUE NO PUEDEN HACER.

**Ejecución:** Anual

**Periodo de ejecución:** Del 1 de febrero al 31 de diciembre de 2024

**Coste:** 10.000

**Aplicación presupuestaria:** Concepto 640

**Soporte:** Internet y redes sociales propias

**Difusión:** Internacional

**Idioma:** Castellano

**Población objetivo de la campaña:** Estudiantes, tercera edad y trabajadores

**Medidas accesibilidad:** Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos



## MINISTERIO DE ASUNTOS EXTERIORES, UNIÓN EUROPEA Y COOPERACIÓN

### DIRECCIÓN GENERAL DE COMUNICACIÓN, DIPLOMACIA PÚBLICA Y REDES

#### DIPLODATO

**Objetivo y sentido:** LABOR DIDÁCTICA, DE EXPLICACIÓN DE CONCEPTOS HABITUALES DEL ÁMBITO DE LAS RELACIONES INTERNACIONALES. ACERCAR A LA CIUDADANÍA EL COMPLEJO SECTOR DE LA DIPLOMACIA.

**Ejecución:** Anual **Periodo de ejecución:** Del 8 de enero al 31 de diciembre de 2024

**Coste:** 6.000

**Aplicación presupuestaria:** Concepto 640

**Soporte:** Internet y redes sociales propias

**Difusión:** Internacional **Idioma:** Castellano

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

**Medidas accesibilidad:** Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

## MINISTERIO DE DEFENSA

### DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL DE LA DEFENSA

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

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

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

**Coste:** 50.000

**Aplicación presupuestaria:** Subconcepto 226.02

**Soporte:** Radio, prensa, Internet y exterior

**Difusión:** Nacional **Idioma:** Castellano

**Población objetivo de la campaña:** General

**Medidas accesibilidad:** Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

#### ACTUACIONES INSTITUCIONALES DE CONMEMORACIÓN DEL 50 ANIVERSARIO DE LA CREACIÓN DE LA ACADEMIA GENERAL BÁSICA DE SUBOFICIALES DEL EJÉRCITO DE TIERRA

**Objetivo y sentido:** DIFUSIÓN DE LA CONMEMORACIÓN DEL 50 ANIVERSARIO DE LA CREACIÓN DE LA ACADEMIA GENERAL BÁSICA DE SUBOFICIALES DEL EJÉRCITO DE TIERRA, DANDO A CONOCER A LA SOCIEDAD LA RELEVANCIA DE DICHA EFEMÉRIDE.

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

**Coste:** 25.000

**Aplicación presupuestaria:** Subconcepto 226.02

**Soporte:** Radio, prensa, Internet y exterior

**Difusión:** Nacional **Idioma:** Castellano

**Población objetivo de la campaña:** General

**Medidas accesibilidad:** Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos



## MINISTERIO DE DEFENSA

## DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL DE LA DEFENSA

## ACTUACIONES INSTITUCIONALES DE CONMEMORACIÓN DEL 50 ANIVERSARIO DE LA CREACIÓN DEL "ALA 14" DEL EJÉRCITO DEL AIRE Y DEL ESPACIO

**Objetivo y sentido:** DIFUSIÓN DE LA CONMEMORACIÓN DEL 50 ANIVERSARIO DE LA CREACIÓN DEL "ALA 14" DEL EJÉRCITO DEL AIRE Y DEL ESPACIO, DANDO A CONOCER A LA SOCIEDAD LA RELEVANCIA DE DICHA EFEMÉRIDE.

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

**Coste:** 25.000

**Aplicación presupuestaria:** Subconcepto 226.02

**Soporte:** Radio, prensa, Internet y exterior

**Difusión:** Nacional **Idioma:** Castellano

**Población objetivo de la campaña:** General

**Medidas accesibilidad:** S Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

## MINISTERIO DE HACIENDA



## AGENCIA TRIBUTARIA

## SENSIBILIZACIÓN FISCAL E INFORMACIÓN Y ASISTENCIA A LA CIUDADANÍA EN EL CUMPLIMIENTO DE SUS OBLIGACIONES FISCALES Y EN EL ACCESO A SERVICIOS O MEDIDAS DE AYUDA PRESTADOS POR LA AGENCIA TRIBUTARIA

**Objetivo y sentido:** SENSIBILIZAR SOBRE LA NECESIDAD DE CUMPLIR CON LAS OBLIGACIONES FISCALES, ASÍ COMO FACILITAR EL CUMPLIMIENTO VOLUNTARIO DE LAS MISMAS Y EL PAGO DE IMPUESTOS, E INFORMAR ACERCA DE LA PUESTA EN MARCHA DE OTROS SERVICIOS Y MEDIDAS DE AYUDA PRESTADOS POR LA AGENCIA TRIBUTARIA Y CÓMO ACCEDER A ELLOS.

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

**Coste:** 9.000.000

**Aplicación presupuestaria:** Subconcepto 226.02

**Soporte:** Televisión, radio, prensa, revistas e Internet

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

**Población objetivo de la campaña:** General

**Medidas accesibilidad:** Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

## MINISTERIO DEL INTERIOR

## DIRECCIÓN GENERAL DE POLÍTICA INTERIOR

## EL EJERCICIO DEL VOTO POR CORREO EN LAS ELECCIONES AL PARLAMENTO EUROPEO DEL 9 DE JUNIO DE 2024

**Objetivo y sentido:** INFORMAR A LOS ELECTORES SOBRE EL EJERCICIO DEL DERECHO AL VOTO POR CORREO EN LAS ELECCIONES AL PARLAMENTO EUROPEO DE 9 DE JUNIO DE 2024.

**Ejecución:** Anual **Periodo de ejecución:** Del 29 de abril al 7 de mayo de 2024 y del 20 al 28 de mayo de 2024

**Coste:** 36.300

**Aplicación presupuestaria:** Subconcepto 227.05

**Soporte:** Televisión y radio

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

**Población objetivo de la campaña:** General

**Medidas accesibilidad:** Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

## LA EXPOSICIÓN DE LAS LISTAS DEL CENSO ELECTORAL EN LAS ELECCIONES AL PARLAMENTO EUROPEO DE 9 DE JUNIO DE 2024

**Objetivo y sentido:** INFORMAR A LOS ELECTORES SOBRE LA EXPOSICIÓN DE LAS LISTAS DEL CENSO ELECTORAL Y LA POSIBILIDAD EN SU CASO DE FORMULAR RECLAMACIONES SOBRE LOS DATOS CENSALES EN LAS ELECCIONES AL PARLAMENTO EUROPEO DE 9 DE JUNIO DE 2024.

**Ejecución:** Anual **Periodo de ejecución:** Del 22 al 28 de abril de 2024

**Coste:** 36.300

**Aplicación presupuestaria:** Subconcepto 227.05

**Soporte:** Televisión y radio

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

**Población objetivo de la campaña:** General

**Medidas accesibilidad:** Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

## LA FECHA Y EL PROCEDIMIENTO DE VOTACION EN LAS ELECCIONES AL PARLAMENTO EUROPEO DE 9 DE JUNIO DE 2024

**Objetivo y sentido:** INFORMAR A LOS ELECTORES SOBRE LA FECHA DE VOTACIÓN Y EL PROCEDIMIENTO PARA EJERCITAR EL DERECHO DE SUFRAGIO ACTIVO EN LAS ELECCIONES AL PARLAMENTO EUROPEO DE 9 DE JUNIO DE 2024.

**Ejecución:** Anual **Periodo de ejecución:** Del 29 de mayo al 7 de junio de 2024

**Coste:** 36.300

**Aplicación presupuestaria:** Subconcepto 227.05

**Soporte:** Televisión y radio

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

**Población objetivo de la campaña:** General

**Medidas accesibilidad:** Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos



## MINISTERIO DEL INTERIOR

## DIRECCIÓN GENERAL DE POLÍTICA INTERIOR

**INFORMACIÓN A LAS PERSONAS CIEGAS O CON DISCAPACIDAD VISUAL GRAVE, CONOCEDORAS DEL SISTEMA BRAILLE EN LAS ELECCIONES AL PARLAMENTO EUROPEO DE 9 DE JUNIO DE 2024**

**Objetivo y sentido:** INFORMAR A LOS ELECTORES CON UN GRADO DE DISCAPACIDAD VISUAL GRAVE, CONOCEDORAS DEL SISTEMA BRAILLE, SOBRE EL PROCEDIMIENTO PARA EJERCER SU DERECHO AL VOTO MEDIANTE LA UTILIZACIÓN DE DOCUMENTACIÓN COMPLEMENTARIA EN SISTEMA BRAILLE, EN LAS ELECCIONES AL PARLAMENTO EUROPEO DEL 9 DE JUNIO DE 2024.

**Ejecución:** Anual

**Periodo de ejecución:** Del 19 al 21 de abril de 2024 y del 8 al 13 de mayo de 2024

**Coste:** 36.300

**Aplicación presupuestaria:** Subconcepto 227.05

**Soporte:** Televisión y radio

**Difusión:** Nacional

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

**Población objetivo de la campaña:** General

**Medidas accesibilidad:** Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

**EL EJERCICIO DEL DERECHO DEL VOTO DE LOS ELECTORES RESIDENTES PERMANENTEMENTE EN EL EXTRANJERO (VOTO CERA) EN LAS ELECCIONES AL PARLAMENTO EUROPEO DE 9 DE JUNIO DE 2024.**

**Objetivo y sentido:** INFORMAR A LOS ELECTORES ESPAÑOLES QUE RESIDAN DE FORMA PERMANENTE EN EL EXTRANJERO, SOBRE EL PROCEDIMIENTO PARA EJERCER SU DERECHO AL VOTO EN LAS ELECCIONES AL PARLAMENTO EUROPEO DE 9 DE JUNIO DE 2024.

**Ejecución:** Anual

**Periodo de ejecución:** Del 28 de abril al 13 de mayo de 2024 y del 25 de mayo al 4 de junio de 2024

**Coste:** 36.300

**Aplicación presupuestaria:** Subconcepto 227.05

**Soporte:** Televisión y radio

**Difusión:** Internacional

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

**Población objetivo de la campaña:** General

**Medidas accesibilidad:** Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

**INFORMACIÓN A LOS ELECTORES QUE SE ENCUENTREN TEMPORALMENTE EN EL EXTRANJERO EN LAS ELECCIONES AL PARLAMENTO EUROPEO DE 9 DE JUNIO DE 2024**

**Objetivo y sentido:** INFORMAR A LOS ELECTORES ESPAÑOLES QUE SE ENCUENTREN TEMPORALMENTE EN EL EXTRANJERO, SOBRE EL PROCEDIMIENTO PARA EJERCER SU DERECHO AL VOTO EN LAS ELECCIONES AL PARLAMENTO EUROPEO DE 9 DE JUNIO DE 2024.

**Ejecución:** Anual

**Periodo de ejecución:** Del 16 al 18 de abril de 2024 y del 14 al 19 de mayo de 2024

**Coste:** 36.300

**Aplicación presupuestaria:** Subconcepto 227.05

**Soporte:** Televisión y radio

**Difusión:** Nacional e internacional

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

**Población objetivo de la campaña:** General

**Medidas accesibilidad:** Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

**Observaciones:** Esta campaña se emite también en el canal internacional del 16 al 27 de abril y del 14 al 24 de mayo de 2024.



## MINISTERIO DEL INTERIOR

## DIRECCIÓN GENERAL DE POLÍTICA INTERIOR

## INFORMACIÓN DEL DERECHO DE SUFRAGIO A LOS ELECTORES DE LA UNIÓN EUROPEA RESIDENTES EN ESPAÑA EN LAS ELECCIONES AL PARLAMENTO EUROPEO DE 9 JUNIO DE 2024

**Objetivo y sentido:** INFORMAR A LOS ELECTORES DE LA UNIÓN EUROPEA RESIDENTES EN ESPAÑA, SOBRE LA FECHA DE LA VOTACIÓN, DERECHO DE SUFRAGIO, REMISIÓN DE INSTRUCCIONES, INFORMACIÓN EN SU AYUNTAMIENTO Y TELÉFONO DE INFORMACIÓN EN LA OFICINA DE CENSO ELECTORAL PARA LAS ELECCIONES AL PARLAMENTO EUROPEO DE 9 DE JUNIO DE 2024.

**Ejecución:** Anual

**Periodo de ejecución:** Del 16 al 25 de enero de 2024

**Coste:** 10.000

**Aplicación presupuestaria:** Subconcepto 227.05

**Soporte:** Televisión y radio

**Difusión:** Nacional

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

**Población objetivo de la campaña:** General

**Medidas accesibilidad:** Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos



## DIRECCIÓN GENERAL DE TRÁFICO

## CAMPAÑA PARA LA DIVULGACIÓN DE LA SEGURIDAD VIAL

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

**Ejecución:** Plurianual

**Periodo de ejecución:** Del 1 de mayo de 2024 al 30 de abril de 2025

**Coste:** 11.162.000

**Coste Plurianual:** 11.162.000

**Aplicación presupuestaria:** Concepto 640

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

**Difusión:** Nacional

**Idioma:** Castellano

**Evaluación:** Postest

**Población objetivo de la campaña:** General, Infantil/juvenil, tercera edad, trabajadores y cualquier usuario que tengan relación con la seguridad vial

**Medidas accesibilidad:** Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

## MINISTERIO DE 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 DE LA MOVILIDAD Y LOS TRANSPORTES

**Objetivo y sentido:** INFORMAR SOBRE ACTUACIONES EN MATERIA DE MOVILIDAD Y TRANSPORTE QUE SON DE INTERÉS PARA LA MEJORA DEL BIENESTAR Y CALIDAD DE VIDA DE LOS CIUDADANOS.

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

**Coste:** 2.500.000 **Coste Plurianual:** 4.500.000

**Aplicación presupuestaria:** Concepto 640

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

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

**Población objetivo de la campaña:** General

**Medidas accesibilidad:** Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos



## AGENCIA ESTATAL DE SEGURIDAD FERROVIARIA

## DIFUSIÓN DE COMPORTAMIENTOS SEGUROS EN ENTORNOS FERROVIARIOS

**Objetivo y sentido:** CONCIENCIAR SOBRE EL RIESGO QUE EXISTE EN ENTORNOS FERROVIARIOS Y CÓMO SE DEBE ACTUAR, TENIENDO UN COMPORTAMIENTO QUE PERMITA TENER SEGURIDAD, MITIGANDO LOS PELIGROS Y SUS RIESGOS ASOCIADOS. ACCESO Y USO SEGURO DE LAS ESTACIONES DE FERROCARRIL, SEGURIDAD EN LOS CRUCES EN PASOS A NIVEL Y CRUCES ENTRE ANDENES.

**Ejecución:** Plurianual **Periodo de ejecución:** Del 1 de febrero de 2024 al 31 de diciembre de 2026

**Coste:** 785.000 **Coste Plurianual:** 1.487.000

**Aplicación presupuestaria:** Concepto 640

**Soporte:** Televisión, radio y prensa

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

**Población objetivo de la campaña:** General

**Medidas accesibilidad:** Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos



## ENAIRE

## DIFUSIÓN DE CONVOCATORIAS DE EMPLEO PÚBLICO, PRINCIPALMENTE CONVOCATORIAS DE PLAZAS DE CONTROL AÉREO

**Objetivo y sentido:** DIFUSIÓN DE LAS CONVOCATORIAS DE EMPLEO PÚBLICO DE NUEVAS PLAZAS DE ENAIRE.

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

**Coste:** 36.300

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

**Soporte:** Internet

**Difusión:** Nacional **Idioma:** Castellano

**Población objetivo de la campaña:** General

**Medidas accesibilidad:** Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

**MINISTERIO DE TRANSPORTES Y MOVILIDAD SOSTENIBLE**

Puertos del Estado

**PUERTOS DEL ESTADO****LA MARCA DE PUERTOS DEL ESTADO Y EL SISTEMA PORTUARIO**

**Objetivo y sentido:** DAR A CONOCER LA IMPORTANCIA DE LAS FUNCIONES DEL SISTEMA PORTUARIO DE TITULARIDAD ESTATAL.

**Ejecución:** Anual

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

**Coste:** 50.000

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

**Soporte:** Radio, prensa, revistas e Internet

**Difusión:** Nacional

**Idioma:** Castellano

**Población objetivo de la campaña:** General

**Medidas accesibilidad:** Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

**MINISTERIO DE EDUCACIÓN, FORMACIÓN PROFESIONAL Y DEPORTES****SECRETARÍA DE ESTADO DE EDUCACIÓN****CAMPAÑA DE BECAS**

**Objetivo y sentido:** INFORMAR A LOS ESTUDIANTES Y A SUS FAMILIAS DE LAS DIFERENTES BECAS DE ESTUDIO OFERTADAS POR EL MINISTERIO DE EDUCACIÓN, FORMACIÓN PROFESIONAL Y DEPORTES.

**Ejecución:** Anual

**Periodo de ejecución:** Del 1 de marzo al 30 de noviembre de 2024

**Coste:** 1.000.000

**Aplicación presupuestaria:** Subconcepto 226.02

**Soporte:** Televisión, radio, prensa, Internet y otras herramientas

**Difusión:** Nacional

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

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

**Medidas accesibilidad:** Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

**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 LOS TRABAJADORES 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 TRABAJADORES CON NUEVA OFERTA FORMATIVA Y MODULAR Y EL IMPULSO A LA ACREDITACIÓN DE COMPETENCIAS.

**Ejecución:** Anual

**Periodo de ejecución:** Del 1 de marzo al 30 de noviembre de 2024

**Coste:** 1.000.000

**Aplicación presupuestaria:** Subconcepto 226.02

**Soporte:** Televisión, radio, prensa e Internet

**Difusión:** Nacional

**Idioma:** Castellano

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

**Medidas accesibilidad:** Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

## MINISTERIO DE EDUCACIÓN, FORMACIÓN PROFESIONAL Y DEPORTES



## CONSEJO SUPERIOR DE DEPORTES

## COMBATE EL DISCURSO DE ODIOS EN EL DEPORTE

**Objetivo y sentido:** Luchar contra el discurso de odio en el deporte.

**Ejecución:** Anual **Periodo de ejecución:** Del 1 de septiembre al 31 de diciembre de 2024

**Coste:** 40.000

**Aplicación presupuestaria:** Capítulo 2

**Soporte:** Internet

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

**Población objetivo de la campaña:** General

**Medidas accesibilidad:** Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

## TEAM ESPAÑA ELITE

**Objetivo y sentido:** Dar a conocer los nuevos programas Team España Elite, puestos en marcha con el objetivo de impulsar la preparación de los Juegos Olímpicos y Paralímpicos.

**Ejecución:** Anual **Periodo de ejecución:** Del 1 de marzo al 31 de diciembre de 2024

**Coste:** 40.000

**Aplicación presupuestaria:** Capítulo 2

**Soporte:** Internet

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

**Población objetivo de la campaña:** General

**Medidas accesibilidad:** Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

## MINISTERIO DE TRABAJO Y ECONOMÍA SOCIAL

## GABINETE DE LA MINISTRA

## MUJER Y MUNDO LABORAL

**Objetivo y sentido:** Difundir las medidas que el Ministerio promueve para alcanzar unas condiciones de trabajo dignas para las mujeres, dando a conocer el contexto y personalizando las medidas en los casos y las profesiones concretas que han sufrido más precariedad hasta ahora.

**Ejecución:** Anual **Periodo de ejecución:** Del 1 de septiembre al 30 de noviembre de 2024

**Coste:** 665.000

**Aplicación presupuestaria:** Subconcepto 226.02

**Soporte:** Televisión, radio, Internet, exterior y cine

**Difusión:** Nacional **Idioma:** Castellano

**Población objetivo de la campaña:** General, empresarios y mujeres trabajadoras

**Medidas accesibilidad:** Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

**MINISTERIO DE TRABAJO Y ECONOMÍA SOCIAL****GABINETE DE LA MINISTRA****JÓVENES Y PRECARIEDAD**

**Objetivo y sentido:** DIFUNDIR LAS MEDIDAS QUE PROMUEVE EL MINISTERIO CON EL OBJETIVO DE ALCANZAR UNAS CONDICIONES DE TRABAJO DIGNAS PARA LA POBLACIÓN TRABAJADORA JOVEN.

**Ejecución:** Anual **Periodo de ejecución:** Del 1 de septiembre al 30 de noviembre de 2024

**Coste:** 565.000

**Aplicación presupuestaria:** Subconcepto 226.02

**Soporte:** Televisión, Internet y cine

**Difusión:** Nacional **Idioma:** Castellano

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

**Medidas accesibilidad:** Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

**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.

**Ejecución:** Anual **Periodo de ejecución:** Del 1 de abril al 31 de mayo de 2024

**Coste:** 300.000

**Aplicación presupuestaria:** Subconcepto 226.02

**Soporte:** Radio, prensa, Internet y exterior

**Difusión:** Nacional **Idioma:** Castellano

**Población objetivo de la campaña:** General

**Medidas accesibilidad:** Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

**UNIDAD ADMINISTRADORA DEL FONDO SOCIAL EUROPEO****FSE+: LA EUROPA DE LAS PERSONAS**

**Objetivo y sentido:** DIFUNDIR LAS ACCIONES DEL FONDO SOCIAL EUROPEO Y SUS EFECTOS EN LA CIUDADANÍA, A TRAVÉS DE LOS TESTIMONIOS DE SUS BENEFICIARIOS Y DE LOS AGENTES QUE PARTICIPAN EN SU GESTIÓN. TRANSFORMAR EL INSTRUMENTO FINANCIERO EN HECHOS Y ASOCIARLOS A PERSONAS.

**Ejecución:** Anual **Periodo de ejecución:** Del 1 de septiembre al 31 de diciembre de 2024

**Coste:** 36.300

**Aplicación presupuestaria:** Subconcepto 226.02

**Soporte:** Internet, relaciones públicas y otras herramientas: redes sociales de colaboradores

**Difusión:** Nacional **Idioma:** Castellano

**Población objetivo de la campaña:** General

**Medidas accesibilidad:** Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos



## 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 EL DÍA DE EUROPA.

**Ejecución:** Anual **Periodo de ejecución:** Del 1 al 31 de mayo de 2024

**Coste:** 18.000

**Aplicación presupuestaria:** Subconcepto 226.02

**Soporte:** Internet, relaciones públicas y otras herramientas: redes sociales de colaboradores

**Difusión:** Nacional **Idioma:** Castellano

**Población objetivo de la campaña:** General

**Medidas accesibilidad:** Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos



## INSPECCIÓN DE TRABAJO Y SEGURIDAD SOCIAL

## FALSOS AUTÓNOMOS

**Objetivo y sentido:** DIRIGIDA TANTO A POSIBLES PERSONAS TRABAJADORAS QUE SEAN OBLIGADAS A FIRMAR UN CONTRATO MERCANTIL EN LUGAR DE UN CONTRATO LABORAL Y A SUS EMPLEADORES, PARA QUE PUEDAN TOMAR CONCIENCIA DE LAS IMPLICACIONES DE LA HUIDA DE LA CONTRATACIÓN LABORAL.

**Ejecución:** Anual **Periodo de ejecución:** Del 1 de mayo al 30 de junio de 2024

**Coste:** 40.000

**Aplicación presupuestaria:** Subconcepto 226.02

**Soporte:** Internet

**Difusión:** Nacional **Idioma:** Castellano

**Población objetivo de la campaña:** Empresarios y trabajadores

**Medidas accesibilidad:** Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos



## INSTITUTO NACIONAL DE SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO

## PREVENCIÓN DE LOS ACCIDENTES DE TRABAJO Y ENFERMEDADES PROFESIONALES

**Objetivo y sentido:** PROMOVER LA MEJORA DE LA PREVENCIÓN DE LOS ACCIDENTES DE TRABAJO Y ENFERMEDADES PROFESIONALES CONFORME AL OBJETIVO 1 DE LA ESTRATEGIA ESPAÑOLA DE SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO 2023-2027.

**Ejecución:** Anual **Periodo de ejecución:** Del 1 de octubre al 1 de diciembre de 2024

**Coste:** 499.384

**Aplicación presupuestaria:** Subconcepto 226.02

**Soporte:** Televisión, radio, Internet, exterior y otras herramientas: publicaciones en línea (audiovisuales, cartelería, folletos y documentos técnicos)

**Difusión:** Nacional **Idioma:** Castellano

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

**Medidas accesibilidad:** Subtitulación, audiodescripción, lengua de signos y PDFs accesibles

## MINISTERIO DE TRABAJO Y ECONOMÍA SOCIAL



## INSTITUTO NACIONAL DE SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO

## PROMOCIÓN DE LA SALUD EN EL ÁMBITO LABORAL

**Objetivo y sentido:** INFORMAR Y SENSIBILIZAR SOBRE EL VALOR DE LA GESTIÓN DE LA SALUD EN EL TRABAJO, IMPULSANDO LA CREACIÓN DE ENTORNOS DE TRABAJO PROMOTORES DE SALUD ASÍ COMO TRABAJADORES QUE ADOPTEN ESTILOS DE VIDA SALUDABLES.

**Ejecución:** Anual

**Periodo de ejecución:** Del 1 de mayo al 31 de julio de 2024

**Coste:** 40.000

**Aplicación presupuestaria:** Subconcepto 226.02

**Soporte:** Internet y otras herramientas: publicaciones en línea (audiovisuales, cartelería, folletos y documentos técnicos)

**Difusión:** Nacional

**Idioma:** Castellano

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

**Medidas accesibilidad:** Subtitulación, audiodescripción, lengua de signos y pdf,s accesibles

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

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

**Ejecución:** Anual

**Periodo de ejecución:** Del 1 de mayo al 1 de agosto de 2024

**Coste:** 40.000

**Aplicación presupuestaria:** Subconcepto 226.02

**Soporte:** Radio, Internet y otras herramientas: publicaciones en línea (audiovisuales, cartelería, folletos y documentos técnicos)

**Difusión:** Nacional

**Idioma:** Castellano

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

**Medidas accesibilidad:** Subtitulación, audiodescripción, lengua de signos y pdf,s accesibles

## MINISTERIO DE INDUSTRIA Y TURISMO

## SUBSECRETARÍA

## DIFUSIÓN DE ACCIONES DEL MINISTERIO DE INDUSTRIA Y TURISMO

**Objetivo y sentido:** POTENCIAR LOS OBJETIVOS E INTERESES DEL MINISTERIO EN MATERIAS DE SU COMPETENCIA Y DIFUNDIR ACCIONES DE CARÁCTER TRANSVERSAL COMO SON EL SEGUIMIENTO DE PLANES Y PROGRAMAS.

**Ejecución:** Anual

**Periodo de ejecución:** Del 1 de abril al 31 de diciembre de 2024

**Coste:** 108.960

**Aplicación presupuestaria:** Concepto 640

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

**Difusión:** Nacional

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

**Evaluación:** Posttest

**Población objetivo de la campaña:** General

**Medidas accesibilidad:** Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos



## 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 ACERCA DE LOS PERJUICIOS ECONÓMICOS, DE SALUD Y SOCIALES QUE SUPONE LA COMPRA DE PRODUCTOS FALSIFICADOS.

**Ejecución:** Anual

**Periodo de ejecución:** Del 1 de junio al 31 de diciembre de 2024

**Coste:** 1.430.000

**Aplicación presupuestaria:** Concepto 640

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

**Difusión:** Nacional

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

**Evaluación:** Postest

**Población objetivo de la campaña:** General

**Medidas accesibilidad:** Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

## MINISTERIO DE AGRICULTURA, PESCA Y ALIMENTACIÓN

## SUBSECRETARÍA

## 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, LA PRESERVACIÓN DEL MEDIO AMBIENTE Y LA DIVERSIDAD CULTURAL. DESTACAR LAS VENTAJAS DE VIVIR Y TRABAJAR EN EL CAMPO, CON UNA DISTRIBUCIÓN MÁS EQUITATIVA DE POBLACIÓN Y RECURSOS. ABORDAR LA IMPORTANCIA DE PRESERVAR LA IDENTIDAD CULTURAL Y LAS TRADICIONES ARRAIGADAS EN LAS COMUNIDADES RURALES.

**Ejecución:** Anual

**Periodo de ejecución:** A determinar

**Coste:** 400.000

**Aplicación presupuestaria:** Concepto 641

**Soporte:** Radio, prensa, revistas, Internet, exterior y otras herramientas: redes sociales propias

**Difusión:** Nacional

**Idioma:** Castellano

**Evaluación:** Postest

**Población objetivo de la campaña:** General

**Medidas accesibilidad:** Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos



## MINISTERIO DE AGRICULTURA, PESCA Y ALIMENTACIÓN

## SUBSECRETARÍA

## INFLUENCIA DEL SECTOR PRIMARIO EN LA ECONOMÍA

**Objetivo y sentido:** FOMENTAR UNA MEJOR COMPRENSIÓN DE CÓMO EL SECTOR PRIMARIO ACTÚA COMO MOTOR CLAVE PARA EL PROGRESO ECONÓMICO Y EL BIENESTAR GENERAL, DESTACANDO LA IMPORTANCIA DE INVERTIR EN EL MISMO PARA ASEGURAR UN FUTURO PRÓSPERO Y SOSTENIBLE. CONCIENCIAR A LA SOCIEDAD SOBRE LA IMPORTANCIA CRUCIAL DE ESTA ACTIVIDAD EN EL DESARROLLO ECONÓMICO DEL PAÍS, RESALTANDO SU CONTRIBUCIÓN A LA GENERACIÓN DE EMPLEO, LA SEGURIDAD ALIMENTARIA Y EL IMPULSO DE OTRAS INDUSTRIAS. SUBRAYAR QUE LA AGRICULTURA, LA GANADERÍA Y LA PESCA SON MOTORES ESENCIALES QUE SUSTENTAN EL BIENESTAR GENERAL DE LA SOCIEDAD, Y RESALTAR LOS DESAFÍOS QUE ABORDAN LOS PRODUCTORES DEL SECTOR PRIMARIO, DESDE LAS CONDICIONES CLIMÁTICAS ADVERSAS HASTA LAS FLUCTUACIONES DE LOS PRECIOS DE LOS PRODUCTOS.

**Ejecución:** Anual

**Periodo de ejecución:** A determinar

**Coste:** 300.000

**Aplicación presupuestaria:** Concepto 641

**Soporte:** Radio, prensa, revistas, Internet, exterior y otras herramientas: redes sociales propias

**Difusión:** Nacional

**Idioma:** Castellano

**Evaluación:** Postest

**Población objetivo de la campaña:** General

**Medidas accesibilidad:** Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

## DIRECCIÓN GENERAL DE ALIMENTACIÓN

## ALIMENTOS DE ESPAÑA, POTENCIA ALIMENTARIA

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

**Ejecución:** Plurianual

**Periodo de ejecución:** Del 1 de abril de 2023 al 30 de septiembre de 2024

**Coste:** 2.703.543

**Coste Plurianual:** 6.510.702

**Aplicación presupuestaria:** Subconcepto 640.08

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

**Difusión:** Nacional

**Idioma:** Castellano

**Evaluación:** Postest

**Población objetivo de la campaña:** General

**Medidas accesibilidad:** Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos



## MINISTERIO DE AGRICULTURA, PESCA Y ALIMENTACIÓN

### DIRECCIÓN GENERAL DE ALIMENTACIÓN

#### DIFUSIÓN Y PROMOCIÓN DE LOS ALIMENTOS DE ESPAÑA

**Objetivo y sentido:** PROMOCIONAR LOS ALIMENTOS EMBLEMÁTICOS PRODUCIDOS EN NUESTRO PAÍS Y QUE FORMAN PARTE DE NUESTRA GASTRONOMÍA, ESPECIALMENTE LOS PRODUCTOS CON CALIDAD DIFERENCIADA COMO LAS DENOMINACIONES DE ORIGEN, LAS INDICACIONES GEOGRÁFICAS O LA PRODUCCIÓN ECOLÓGICA. DAR VISIBILIDAD A LA MARCA ALIMENTOS DE ESPAÑA ESTABLECIENDO VÍNCULOS CON OTRAS DISCIPLINAS COMO LA GASTRONOMÍA, EL DEPORTE Y LA CULTURA.

**Ejecución:** Anual **Periodo de ejecución:** Del 1 de enero al 31 de julio de 2024

**Coste:** 3.156.515

**Aplicación presupuestaria:** Subconcepto 640.08

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

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

**Población objetivo de la campaña:** General

**Medidas accesibilidad:** Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

#### ALIMENTOS DE ESPAÑA, ALIMENTOS DE CALIDAD

**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.

**Ejecución:** Anual **Periodo de ejecución:** Del 1 de septiembre al 10 de diciembre de 2024

**Coste:** 2.789.515

**Aplicación presupuestaria:** Subconcepto 640.08

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

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

**Población objetivo de la campaña:** General

**Medidas accesibilidad:** Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

#### 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 LOS PRODUCTOS PESQUEROS. 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.

**Ejecución:** Plurianual **Periodo de ejecución:** Del 11 de diciembre de 2024 al 15 de marzo de 2025

**Coste:** 4.235.000 **Coste Plurianual:** 5.209.515

**Aplicación presupuestaria:** Subconcepto 640.08

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

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

**Población objetivo de la campaña:** General

**Medidas accesibilidad:** Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos



## MINISTERIO DE AGRICULTURA, PESCA Y ALIMENTACIÓN

## DIRECCIÓN GENERAL DE ALIMENTACIÓN

## PARTICIPACIÓN EN FERIAS Y EVENTOS DE CARÁCTER AGROALIMENTARIO Y PESQUERO 2024

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

**Ejecución:** Anual **Periodo de ejecución:** Del 1 de febrero al 31 de diciembre de 2024

**Coste:** 2.904.000

**Aplicación presupuestaria:** Subconcepto 640.08

**Soporte:** Relaciones públicas

**Difusión:** Nacional **Idioma:** Castellano

**Población objetivo de la campaña:** General

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

## PREMIOS ALIMENTOS DE ESPAÑA 2024

**Objetivo y sentido:** DIVULGAR LA CONVOCATORIA ANUAL DE LOS PREMIOS #ALIMENTOSDEESPAÑA COMO MEDIDA DE PROMOCIÓN Y CONOCIMIENTO DE NUESTROS PRODUCTOS AGROALIMENTARIOS, ASÍ COMO RECONOCER EL TRABAJO DE ENTIDADES, EMPRESARIOS Y PROFESIONALES QUE FORMAN PARTE DEL SECTOR AGROALIMENTARIO. 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.

**Ejecución:** Anual **Periodo de ejecución:** Del 1 de septiembre al 15 de diciembre de 2024

**Coste:** 96.800

**Aplicación presupuestaria:** Subconcepto 640.08

**Soporte:** Relaciones públicas

**Difusión:** Nacional **Idioma:** Castellano

**Población objetivo de la campaña:** General

## DIRECCIÓN GENERAL DE DESARROLLO RURAL, INNOVACIÓN Y FORMACIÓN AGROALIMENTARIA

## CAMINOS NATURALES DE ESPAÑA. ELIGE TU CAMINO

**Objetivo y sentido:** REALIZACIÓN DE DIFERENTES ACCIONES DE DIFUSIÓN PARA DAR A CONOCER LA RED DE CAMINOS NATURALES DE ESPAÑA.

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

**Coste:** 4.007.000

**Aplicación presupuestaria:** Concepto 641

**Soporte:** Televisión, radio, prensa, revistas, Internet, exterior y relaciones públicas

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

**Población objetivo de la campaña:** General

**Medidas accesibilidad:** Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos



## MINISTERIO DE AGRICULTURA, PESCA Y ALIMENTACIÓN

## DIRECCIÓN GENERAL DE DESARROLLO RURAL, INNOVACIÓN Y FORMACIÓN AGROALIMENTARIA

## PRESENCIA INSTITUCIONAL DE CAMINOS NATURALES EN FITUR 2024

**Objetivo y sentido:** PARTICIPACIÓN EN FERIA FITUR 2024 PARA DAR A CONOCER LA RED DE CAMINOS NATURALES DE ESPAÑA.

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

**Coste:** 275.792

**Aplicación presupuestaria:** Concepto 641

**Soporte:** Relaciones públicas y otras herramientas (evento)

**Difusión:** Nacional **Idioma:** Castellano

**Población objetivo de la campaña:** General



## ENTIDAD ESTATAL DE SEGUROS AGRARIOS (ENESA)

## PLAN DE SEGUROS AGRARIOS

**Objetivo y sentido:** DIVULGAR Y PROMOCIONAR EL SISTEMA DE SEGUROS AGRARIOS ENTRE AGRICULTORES, GANADEROS, PROPIETARIOS FORESTALES Y ACUICULTORES.

**Ejecución:** Anual **Periodo de ejecución:** Del 1 de febrero al 31 de octubre de 2024

**Coste:** 394.789

**Aplicación presupuestaria:** Subconcepto 226.02

**Soporte:** A determinar

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

**Población objetivo de la campaña:** Sector agrario

**Medidas accesibilidad:** Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos



## FONDO ESPAÑOL DE GARANTÍA AGRARIA (FEAGA)

## AYUDAS DE LA POLÍTICA AGRÍCOLA COMÚN 2024

**Objetivo y sentido:** PONER EN VALOR LA LABOR DE LOS AGRICULTORES Y GANADEROS Y COMUNICAR LOS CAMBIOS INTRODUCIDOS POR LA NUEVA PAC. INFORMAR ACERCA DE LA APERTURA DEL PLAZO PARA QUE SOLICITEN LAS AYUDAS.

**Ejecución:** Anual **Periodo de ejecución:** Del 1 de febrero al 30 de abril de 2024

**Coste:** 300.000

**Aplicación presupuestaria:** Subconcepto 226.02

**Soporte:** Televisión, radio, prensa, revistas e Internet

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

**Población objetivo de la campaña:** General, agricultores y ganaderos

**Medidas accesibilidad:** Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos



## MINISTERIO DE POLÍTICA TERRITORIAL Y MEMORIA DEMOCRÁTICA

## COMISIONADO ESPECIAL PARA LA RECONSTRUCCIÓN DE LA ISLA DE LA PALMA

## AYUDAS PREVISTAS EN EL PLAN DE RECONSTRUCCIÓN PARA LA ISLA DE LA PALMA

**Objetivo y sentido:** CON MOTIVO DE LA RECONSTRUCCIÓN TRAS LA ERUPCIÓN DEL VOLCÁN CUMBRE VIEJA EN DICHA ISLA, SE PRETENDE DAR CONOCIMIENTO DE TODAS LAS LÍNEAS Y AYUDAS QUE SE PONEN A DISPOSICIÓN, PARA LOGRAR SU DIFUSIÓN Y QUE TODOS LOS POSIBLES PERCEPTORES PUEDAN ACCEDER A ELLAS.

**Ejecución:** Anual

**Periodo de ejecución:** A determinar

**Coste:** 200.000

**Aplicación presupuestaria:** Capítulo 2

**Soporte:** Radio, prensa, Internet y otras herramientas: redes sociales propias

**Difusión:** Autonómica

**Idioma:** Castellano

**Población objetivo de la campaña:** General

**Medidas accesibilidad:** Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

## DIRECCIÓN GENERAL DE LA ADMINISTRACIÓN GENERAL DEL ESTADO EN EL TERRITORIO

## LA ADMINISTRACIÓN CERCA DE TI

**Objetivo y sentido:** DAR A CONOCER EL SERVICIO "LA ADMINISTRACIÓN CERCA DE TI" QUE SE PUSO EN MARCHA EN 2022. UN SERVICIO DE PROXIMIDAD EN EL QUE PERSONAL DE LAS DELEGACIONES DEL GOBIERNO SE DESPLAZA A NÚCLEOS RURALES AL OBJETO DE ACERCAR DISTINTOS SERVICIOS DE LA AGE A ESTOS NÚCLEOS, EVITANDO EL DESPLAZAMIENTO DE SUS VECINOS A LAS CAPITALES DE PROVINCIA O LOCALIDADES DONDE ESTOS SE UBICAN. ADEMÁS DE TRÁMITES PROPIOS DE LAS DELEGACIONES. EL SERVICIO INCLUYE INFORMACIÓN Y TRÁMITES DE OTROS ORGANISMOS DE LA AGE (SEPE, DG TRÁFICO, ETC..) ASÍ COMO OFRECE APOYO Y ASESORAMIENTO PARA LA OBTENCIÓN DE LA IDENTIFICACIÓN Y FIRMA DIGITAL, FACILITANDO DE ESTE MODO EL EJERCICIO DEL DERECHO DE ACCESO A LOS SERVICIOS PÚBLICOS.

**Ejecución:** Anual

**Periodo de ejecución:** A determinar

**Coste:** 500.000

**Aplicación presupuestaria:** Subconcepto 226.02

**Soporte:** Radio, prensa, revistas, Internet, marketing: postal, SMS, RRSS y otras herramientas: redes sociales propias, dípticos, posters, folletos...

**Difusión:** Nacional

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

**Evaluación:** Postest

**Población objetivo de la campaña:** General

**Medidas accesibilidad:** Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos



## MINISTERIO DE POLÍTICA TERRITORIAL Y MEMORIA DEMOCRÁTICA

## SECRETARÍA DE ESTADO DE MEMORIA DEMOCRÁTICA

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

**Objetivo y sentido:** INFORMACIÓN Y SENSIBILIZACIÓN SOBRE LA CONSTRUCCIÓN Y DEFENSA DE LOS VALORES DEMOCRÁTICOS Y LOS DERECHOS Y LIBERTADES FUNDAMENTALES A LO LARGO DE LA HISTORIA CONTEMPORÁNEA DE ESPAÑA Y PARA PROMOVER LA REPARACIÓN MORAL Y LA RECUPERACIÓN DE LA MEMORIA PERSONAL, FAMILIAR Y COLECTIVA DE LAS VÍCTIMAS DE LA GUERRA DE ESPAÑA Y LA DICTADURA FRANQUISTA Y LA DIFUSIÓN DE LA MEMORIA EN EL MARCO DE LA LEY 20/2022, DE 19 DE OCTUBRE, DE MEMORIA DEMOCRÁTICA.

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

**Coste:** 300.000

**Aplicación presupuestaria:** Subconcepto 226.02

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

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

**Población objetivo de la campaña:** General

**Medidas accesibilidad:** Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

## MINISTERIO PARA LA TRANSICIÓN ECOLÓGICA Y EL RETO DEMOGRÁFICO

## SUBSECRETARÍA

## MIMARMENOR

**Objetivo y sentido:** CREAR CONCIENCIA SOCIAL SOBRE LA RECUPERACIÓN DEL MAR MENOR, E INFORMAR DE LAS ACTUACIONES QUE ESTÁ DESARROLLANDO EL MITECO PARA CONTRIBUIR A ELLO, EN EL MARCO DE ACTUACIONES PRIORITARIAS PARA RECUPERAR EL MAR MENOR (MAPMM).

**Ejecución:** Anual **Periodo de ejecución:** Del 15 de marzo al 1 de junio de 2024

**Coste:** 75.000

**Aplicación presupuestaria:** Concepto 640

**Soporte:** Radio e Internet

**Difusión:** Regional **Idioma:** Castellano

**Población objetivo de la campaña:** General

**Medidas accesibilidad:** Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

**MINISTERIO PARA LA TRANSICIÓN ECOLÓGICA Y EL RETO DEMOGRÁFICO****OFICINA TÉCNICA DEL MAR MENOR Y OFICINA TÉCNICA DE DOÑANA****LA IMPORTANCIA DE LOS HUMEDALES DE DOÑANA Y DEL MAR MENOR**

**Objetivo y sentido:** INFORMAR Y SENSIBILIZAR SOBRE LA IMPORTANCIA DE LA RECUPERACIÓN DE LOS HUMEDALES (DOÑANA Y MAR MENOR) Y SUS ENTORNOS, Y DAR A CONOCER EL ESFUERZO INVERSOR PARA REVERTIR LA DEGRADACIÓN ECOLÓGICA, SOCIAL Y ECONÓMICA DE ESTOS ECOSISTEMAS Y SUS ENTORNOS MEDIANTE LA EJECUCIÓN DE LOS MARCOS DE ACTUACIONES PRIORITARIAS, INTEGRANDO A LOS SECTORES ECONÓMICOS MÁS REPRESENTATIVOS DE AMBAS COMARCAS.

**Ejecución:** Plurianual

**Periodo de ejecución:** Del 1 de septiembre de 2024 al 5 de de junio de 2025

**Coste:** 1.000.000

**Coste Plurianual:** 1.700.000

**Aplicación presupuestaria:** Concepto 640

**Soporte:** Televisión, radio, prensa y revistas

**Difusión:** Nacional

**Idioma:** Castellano

**Evaluación:** Pretest y postest

**Población objetivo de la campaña:** General

**Medidas accesibilidad:** Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

**O.A. PARQUES NACIONALES****MARCA "RESERVAS DE LA BIOSFERA ESPAÑOLAS"**

**Objetivo y sentido:** PROMOCIONAR LA RED ESPAÑOLA DE RESERVAS DE LA BIOSFERA, LA MARCA "RESERVAS DE LA BIOSFERA ESPAÑOLAS" Y EL ESCAPARATE WEB DE LA MARCA "RESERVAS DE LA BIOSFERA ESPAÑOLAS".

**Ejecución:** Plurianual

**Periodo de ejecución:** Del 1 de febrero de 2024 al 31 de diciembre de 2026

**Coste:** 251.000

**Coste Plurianual:** 601.000

**Aplicación presupuestaria:** Concepto 640

**Soporte:** Internet

**Difusión:** Nacional

**Idioma:** Castellano

**Evaluación:** Postest

**Población objetivo de la campaña:** General, empresarios y visitantes de las reservas de la biosfera

**Medidas accesibilidad:** Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

**Observaciones:** Financiada con fondos Next Generation

**DESARROLLO SOSTENIBLE DEL ÁREA DE INFLUENCIA DEL ESPACIO NATURAL DOÑANA A TRAVÉS DE LA MARCA DOÑANA**

**Objetivo y sentido:** DIFUNDIR A NIVEL NACIONAL E INTERNACIONAL LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS ORIGINADOS EN LA RESERVA DE LA BIOSFERA DOÑANA, SENSIBILIZANDO A LOS CONSUMIDORES PARA QUE HAGAN UNA ELECCIÓN DIFERENCIAL DE ESTOS PRODUCTOS Y SERVICIOS POR LOS VALORES AMBIENTALES Y SOCIALES QUE REPRESENTAN.

**Ejecución:** Plurianual

**Periodo de ejecución:** Del 1 de febrero de 2024 al 31 de diciembre de 2025

**Coste:** 75.000

**Coste Plurianual:** 250.000

**Aplicación presupuestaria:** Concepto 640

**Soporte:** A determinar

**Difusión:** Nacional

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

**Evaluación:** Pretest y postest

**Población objetivo de la campaña:** General y empresarios

**Medidas accesibilidad:** Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos



## MINISTERIO PARA LA TRANSICIÓN ECOLÓGICA Y EL RETO DEMOGRÁFICO



## INSTITUTO PARA LA TRANSICIÓN JUSTA

## ACTUACIONES Y LÍNEAS DE AYUDA EN LAS ZONAS INMERSAS EN TRANSICIÓN ENERGÉTICA

**Objetivo y sentido:** DIFUNDIR LAS ACTUACIONES DESARROLLADAS POR EL INSTITUTO PARA LA TRANSICIÓN JUSTA.

**Ejecución:** Anual **Periodo de ejecución:** Del 1 de febrero al 31 de diciembre de 2024

**Coste:** 600.000

**Aplicación presupuestaria:** Subconcepto 226.02

**Soporte:** Radio, prensa, revistas, Internet y exterior

**Difusión:** Local **Idioma:** Castellano y gallego

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

**Medidas accesibilidad:** Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos



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

## "LA ENERGÍA QUE NOS MUEVE Y QUE NOS HACE CRECER"

**Objetivo y sentido:** ENMARCADA EN EL 40 ANIVERSARIO DEL IDAE (2024) SE TRATA DE DIFUNDIR CÓMO SE HA CAMBIADO EN MATERIA DE ENERGÍA, Y CÓMO ESE CAMBIO HA LLEVADO A UN LUGAR MEJOR. EL AHORRO Y EFICIENCIA ENERGÉTICA, SEÑAS DE IDENTIDAD DE IDAE, HAN SIDO CLAVES. ASÍMISMO, SE TRATA DE CONCIENCIAR A LA CIUDADANÍA SOBRE LA NECESIDAD DE AHORRAR ENERGÍA E INTRODUCIR MEDIDAS DE EFICIENCIA ENERGÉTICA.

**Ejecución:** Anual **Periodo de ejecución:** Del 1 de septiembre al 30 de noviembre de 2024

**Coste:** 6.050.000

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

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

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

**Población objetivo de la campaña:** General

**Medidas accesibilidad:** Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos



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

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

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

**Ejecución:** Anual **Periodo de ejecución:** Del 1 de julio al 31 de diciembre de 2024

**Coste:** 23.000

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

**Soporte:** Televisión, radio, prensa e Internet

**Difusión:** Provincial **Idioma:** Castellano

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

**Medidas accesibilidad:** Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

## MINISTERIO PARA LA TRANSICIÓN ECOLÓGICA Y EL RETO DEMOGRÁFICO



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

## ACTIVIDAD DE CIUDEN

**Objetivo y sentido:** ACERCAR A LA CIUDADANÍA EL CONOCIMIENTO DE LA ENTIDAD, LA ACTIVIDAD DESARROLLADA POR LA FUNDACIÓN Y SUS ÁREAS DE ACTUACIÓN, PROMOVRIENDO UNA MAYOR TRANSPARENCIA Y AMPLIAR LA DIFUSIÓN SOBRE LAS ACCIONES, LAS OPORTUNIDADES Y LAS INICIATIVAS IMPULSADAS DESDE LA ENTIDAD.

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

**Coste:** 29.000

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

**Soporte:** A determinar

**Difusión:** Provincial **Idioma:** Castellano

**Población objetivo de la campaña:** General

**Medidas accesibilidad:** Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos



## MANCOMUNIDAD DE LOS CANALES DEL TAIBILLA (MCT)

## CAMPAÑA DE AHORRO DE AGUA

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

**Ejecución:** Anual **Periodo de ejecución:** Del 5 de junio al 30 de septiembre de 2024

**Coste:** 75.000

**Aplicación presupuestaria:** Subconcepto 226.02

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

**Difusión:** Regional **Idioma:** Castellano

**Población objetivo de la campaña:** General

**Medidas accesibilidad:** Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

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

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

**Ejecución:** Anual **Periodo de ejecución:** Del 1 de marzo al 15 de diciembre de 2024

**Coste:** 25.000

**Aplicación presupuestaria:** Subconcepto 226.02

**Soporte:** Televisión, radio, prensa, Internet, exterior y otras herramientas: jornadas con ayuntamientos

**Difusión:** Regional **Idioma:** Castellano

**Población objetivo de la campaña:** General

**Medidas accesibilidad:** Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

**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.

**Ejecución:** Anual **Periodo de ejecución:** El 22 de marzo de 2024

**Coste:** 6.000

**Aplicación presupuestaria:** Subconcepto 226.02

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

**Difusión:** Regional **Idioma:** Castellano

**Población objetivo de la campaña:** General

**Medidas accesibilidad:** Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

**DÍA MUNDIAL DEL MEDIO AMBIENTE**

**Objetivo y sentido:** CONCIENCIAR SOBRE EL USO EFICIENTE Y EL AHORRO DE AGUA.

**Ejecución:** Anual **Periodo de ejecución:** Del 2 al 7 de junio de 2024

**Coste:** 6.000

**Aplicación presupuestaria:** Subconcepto 226.02

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

**Difusión:** Regional **Idioma:** Castellano

**Población objetivo de la campaña:** General

**Medidas accesibilidad:** Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

**CONFEDERACIÓN HIDROGRÁFICA DEL CANTÁBRICO****ACTUALIDAD DE LA CONFEDERACIÓN HIDROGRÁFICA DEL CANTÁBRICO**

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

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

**Coste:** 53.000

**Aplicación presupuestaria:** Subconceptos 226.02 y 227.99

**Soporte:** Televisión, radio, prensa, Internet y otras herramientas: redes sociales

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

**Población objetivo de la campaña:** General

**Medidas accesibilidad:** Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

**MINISTERIO PARA LA TRANSICIÓN ECOLÓGICA Y EL RETO DEMOGRÁFICO****CONFEDERACIÓN HIDROGRÁFICA DEL DUERO****ACTUALIDAD DE LA CONFEDERACIÓN HIDROGRÁFICA DEL DUERO**

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

**Ejecución:** Anual **Periodo de ejecución:** Del 1 de marzo al 31 de diciembre de 2024

**Coste:** 100.000

**Aplicación presupuestaria:** Subconcepto 226.02

**Soporte:** A determinar

**Difusión:** Regional **Idioma:** Castellano

**Población objetivo de la campaña:** General

**Medidas accesibilidad:** Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

**DÍA MUNDIAL DEL AGUA**

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

**Ejecución:** Anual **Periodo de ejecución:** del 1 al 31 de marzo de 2024

**Coste:** 15.000

**Aplicación presupuestaria:** Subconcepto 226.02

**Soporte:** A determinar

**Difusión:** Regional **Idioma:** Castellano

**Población objetivo de la campaña:** General

**Medidas accesibilidad:** Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

**DÍA MUNDIAL DEL MEDIO AMBIENTE**

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

**Ejecución:** Anual **Periodo de ejecución:** Del 25 de mayo al 15 de junio de 2024

**Coste:** 15.000

**Aplicación presupuestaria:** Subconcepto 226.02

**Soporte:** A determinar

**Difusión:** Regional **Idioma:** Castellano

**Población objetivo de la campaña:** General

**Medidas accesibilidad:** Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

## MINISTERIO PARA LA TRANSICIÓN ECOLÓGICA Y EL RETO DEMOGRÁFICO



## CONFEDERACIÓN HIDROGRÁFICA DEL EBRO

## EMBALSES NAVEGABLES DE LA CUENCA DEL EBRO Y SUS ESPECIES INVASORAS

**Objetivo y sentido:** ACTUALIZAR LA CARTELERÍA PRESENTE EN LOS EMBALSES NAVEGABLES DE LA CUENCA Y EN LAS ESTACIONES DE LIMPIEZA, PROPORCIONANDO INFORMACIÓN SOBRE LA NAVEGABILIDAD DEL EMBALSE, PRESENCIA DE MEJILLÓN CEBRA, BUENAS PRÁCTICAS Y PROTOCOLO DE LIMPIEZA DE EMBARCACIONES Y EQUIPOS.

**Ejecución:** Plurianual

**Periodo de ejecución:** Del 1 de octubre de 2024 al 31 de diciembre de 2025

**Coste:** 52.500

**Coste Plurianual:** 105.000

**Aplicación presupuestaria:** Subconcepto 226.02

**Soporte:** Otras herramientas: carteles publicitarios y redes sociales

**Difusión:** Regional

**Idioma:** Castellano

**Población objetivo de la campaña:** General

**Medidas accesibilidad:** Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

## DIVULGACIÓN SOBRE LOS USOS DEL AGUA Y DE LA ACTIVIDAD QUE DESARROLLA LA CONFEDERACIÓN HIDROGRÁFICA DEL EBRO EN SU CUENCA

**Objetivo y sentido:** DAR A CONOCER A LOS CIUDADANOS LAS ACTUACIONES QUE SE LLEVAN A CABO EN EL ORGANISMO EN LA GESTIÓN DEL AGUA, PARA SU USO EFICIENTE Y PROMOVER UN DESARROLLO SOSTENIBLE.

**Ejecución:** Anual

**Periodo de ejecución:** A determinar

**Coste:** 20.000

**Aplicación presupuestaria:** Subconcepto 226.02

**Soporte:** Internet y otras herramientas: redes sociales

**Difusión:** Regional

**Idioma:** Castellano

**Población objetivo de la campaña:** General

**Medidas accesibilidad:** Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

## CUMPLIMENTACIÓN DEL FORMULARIO DECLARACIÓN RESPONSABLE DE ACTUACIONES EN CAUCE

**Objetivo y sentido:** AYUDAR AL CIUDADANO A RELLENAR CORRECTAMENTE UNA DECLARACIÓN RESPONSABLE SOBRE LAS ACTUACIONES EN CAUCE.

**Ejecución:** Anual

**Periodo de ejecución:** A determinar

**Coste:** 18.000

**Aplicación presupuestaria:** Subconcepto 226.02

**Soporte:** Internet y otras herramientas: redes sociales

**Difusión:** Regional

**Idioma:** Castellano

**Población objetivo de la campaña:** General

**Medidas accesibilidad:** Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

## MINISTERIO PARA LA TRANSICIÓN ECOLÓGICA Y EL RETO DEMOGRÁFICO



## CONFEDERACIÓN HIDROGRÁFICA DEL EBRO

## DISEÑO DE TUTORIAL DINÁMICO EN LA PÁGINA WEB PARA LA EJECUCIÓN DE ACTUACIONES EN EL DOMINIO PÚBLICO HIDRÁULICO (DPH) Y SU ZONA DE POLICÍA

**Objetivo y sentido:** ELABORAR UN TUTORIAL DINÁMICO EN LA PÁGINA WEB QUE PROPORCIONE INFORMACIÓN AL CIUDADANO SOBRE LOS DIFERENTES PROCEDIMIENTOS DE SOLICITUD Y LA DOCUMENTACIÓN A PRESENTAR EN CADA CASO.

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

**Coste:** 18.000

**Aplicación presupuestaria:** Subconcepto 226.02

**Soporte:** Internet y otras herramientas: redes sociales

**Difusión:** Regional **Idioma:** Castellano

**Población objetivo de la campaña:** General

**Medidas accesibilidad:** S Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

## GEOPORTAL SITEBRO: EL TERRITORIO DE LA CUENCA DEL EBRO SIEMPRE A MANO

**Objetivo y sentido:** DAR A CONOCER, DE MANERA SENCILLA Y AMENA, LA MÚLTIPLE INFORMACIÓN GEORREFERENCIADA CONTENIDA EN EL GEOPORTAL DE LA C.H.E Y EN SU FAMILIA DE VISORES DE MAPA SITEbro MOSTRANDO SUS PRINCIPALES CONTENIDOS.

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

**Coste:** 18.000

**Aplicación presupuestaria:** Subconcepto 226.02

**Soporte:** Internet y otras herramientas: redes sociales

**Difusión:** Regional **Idioma:** Castellano

**Población objetivo de la campaña:** General

**Medidas accesibilidad:** Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

## HUMEDALES

**Objetivo y sentido:** PUESTA EN VALOR DE LOS TRABAJOS REALIZADOS POR LA CHE EN TRABAJOS DE RECUPERACIÓN DE HUMEDALES. DIVULGACIÓN SOBRE LA IMPORTANCIA DE ESTOS ESPACIOS Y SUS HÁBITATS ASOCIADOS.

**Ejecución:** Anual **Período de ejecución:** Del 1 de noviembre al 31 de diciembre de 2024

**Coste:** 18.000

**Aplicación presupuestaria:** Subconcepto 226.02

**Soporte:** Internet y otras herramientas: redes sociales

**Difusión:** Regional **Idioma:** Castellano

**Población objetivo de la campaña:** General

**Medidas accesibilidad:** Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

## MINISTERIO PARA LA TRANSICIÓN ECOLÓGICA Y EL RETO DEMOGRÁFICO



## CONFEDERACIÓN HIDROGRÁFICA DEL EBRO

## ADECUACIÓN MORFOLÓGICA Y RESTAURACIÓN AMBIENTAL DEL RÍO EBRO EN EL PARAJE "LA ROZA" DE ALFARO (LA RIOJA)

**Objetivo y sentido:** DIVULGACIÓN DE LOS TRABAJOS DE RESTAURACIÓN DEL MEANDRO DE LA ROZA EN EL MARCO DEL PROYECTO EUROPEO LIFE EBRO RESILIENCE P1.

**Ejecución:** Anual **Periodo de ejecución:** Del 1 de octubre al 31 de diciembre de 2024

**Coste:** 18.000

**Aplicación presupuestaria:** Subconcepto 226.02

**Soporte:** Internet y otras herramientas: redes sociales

**Difusión:** Regional **Idioma:** Castellano

**Población objetivo de la campaña:** General

**Medidas accesibilidad:** Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

## TUTORIAL DEL PLAN DE GESTIÓN DEL RIESGO DE INUNDACIÓN EN LA CUENCA DEL EBRO

**Objetivo y sentido:** SER CONSCIENTES DEL RIESGO DE INUNDACIÓN, IDENTIFICAR LAS ZONAS DE POTENCIALES INUNDACIONES, APRENDER A CONVIVIR CON LAS CRECIDAS Y REDUCIR AL MÁXIMO LOS EFECTOS.

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

**Coste:** 18.000

**Aplicación presupuestaria:** Subconcepto 226.02

**Soporte:** Internet y otras herramientas: redes sociales

**Difusión:** Regional **Idioma:** Castellano

**Población objetivo de la campaña:** General

**Medidas accesibilidad:** Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos



## CONFEDERACIÓN HIDROGRÁFICA DEL GUADALQUIVIR

## ACTUALIDAD E INFORMACIÓN DE INTERÉS PÚBLICO DE LA CHG

**Objetivo y sentido:** INFORMAR ACERCA DE LOS HECHOS MÁS RELEVANTES Y PROPORCIONAR INFORMACIÓN DE INTERÉS PÚBLICO EN EL MARCO DE LA CHG.

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

**Coste:** 150.000

**Aplicación presupuestaria:** Subconcepto 226.02

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

**Difusión:** Regional **Idioma:** Castellano

**Población objetivo de la campaña:** General

**Medidas accesibilidad:** Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

## MINISTERIO PARA LA TRANSICIÓN ECOLÓGICA Y EL RETO DEMOGRÁFICO



## CONFEDERACIÓN HIDROGRÁFICA DEL GUADALQUIVIR

## DÍA MUNDIAL DEL AGUA

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

**Ejecución:** Anual

**Periodo de ejecución:** Del 19 al 25 de marzo de 2024

**Coste:** 60.000

**Aplicación presupuestaria:** Subconcepto 226.02

**Soporte:** Radio, prensa, Internet y exterior

**Difusión:** Regional

**Idioma:** Castellano

**Población objetivo de la campaña:** General

**Medidas accesibilidad:** Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

## EDUCACIÓN AMBIENTAL CHG

**Objetivo y sentido:** DIFUSIÓN DE LAS ACTIVIDADES, ACTUACIONES Y ACTIVIDADES DEL PROGRAMA DE EDUCACIÓN AMBIENTAL DE LA CHG.

**Ejecución:** Anual

**Periodo de ejecución:** A determinar

**Coste:** 50.000

**Aplicación presupuestaria:** Subconcepto 226.02

**Soporte:** Radio, Internet y exterior

**Difusión:** Regional

**Idioma:** Castellano

**Población objetivo de la campaña:** General

**Medidas accesibilidad:** Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

**Observaciones:** La campaña se realizará a través de acciones de comunicación puntuales vinculadas a diferentes temas relacionados con la actualidad e información de interés público de la CHG

## SEQUIA EN LA CUENCA DEL GUADALQUIVIR

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

**Ejecución:** Anual

**Periodo de ejecución:** A determinar

**Coste:** 50.000

**Aplicación presupuestaria:** Subconcepto 226.02

**Soporte:** Radio, Internet y exterior

**Difusión:** Regional

**Idioma:** Castellano

**Población objetivo de la campaña:** General

**Medidas accesibilidad:** Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos



## MINISTERIO PARA LA TRANSICIÓN ECOLÓGICA Y EL RETO DEMOGRÁFICO



## CONFEDERACIÓN HIDROGRÁFICA DEL GUADIANA

## CAMPAÑA DE AHORRO DE AGUA

**Objetivo y sentido:** SENSIBILIZACIÓN Y DIVULGACIÓN DE LA IMPORTANCIA DEL AHORRO DE AGUA.**Ejecución:** Anual **Periodo de ejecución:** A determinar**Coste:** 6.000**Aplicación presupuestaria:** Subconcepto 226.02**Soporte:** Radio y prensa**Difusión:** Regional **Idioma:** Castellano**Población objetivo de la campaña:** General

## CAMPAÑA DEL DÍA MUNDIAL DEL AGUA

**Objetivo y sentido:** SENSIBILIZACIÓN Y DIFUSIÓN DEL DÍA MUNDIAL DEL AGUA.**Ejecución:** Anual **Periodo de ejecución:** A determinar**Coste:** 5.000**Aplicación presupuestaria:** Subconcepto 226.02**Soporte:** Radio y prensa**Difusión:** Regional **Idioma:** Castellano**Población objetivo de la campaña:** General

## CONFEDERACIÓN HIDROGRÁFICA DEL MIÑO-SIL

## EL VALOR DEL MEDIO AMBIENTE

**Objetivo y sentido:** CONMEMORAR LA SEMANA DEL MEDIO AMBIENTE CON ACTIVIDADES DE DIVULGACION QUE FOMENTEN EL RESPETO POR EL MEDIO NATURAL Y SU CAPACIDAD DE RESILENCIA ANTE LA ACTIVIDAD HUMANA Y EL CAMBIO CLIMÁTICO.**Ejecución:** Anual **Periodo de ejecución:** Del 1 al 9 de junio de 2024**Coste:** 15.000**Aplicación presupuestaria:** Subconcepto 226.02**Soporte:** A determinar**Difusión:** Regional **Idioma:** Castellano y gallego**Población objetivo de la campaña:** General, estudiantes e infantil/juvenil**Medidas accesibilidad:** Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos



## MINISTERIO PARA LA TRANSICIÓN ECOLÓGICA Y EL RETO DEMOGRÁFICO



## CONFEDERACIÓN HIDROGRÁFICA DEL MIÑO-SIL

## EL USO RESPONSABLE DEL AGUA ES COSA DE TODOS/AS

**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.

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

**Coste:** 15.000

**Aplicación presupuestaria:** Subconcepto 226.02

**Soporte:** A determinar

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

**Población objetivo de la campaña:** General

**Medidas accesibilidad:** Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

## FONDOS EUROPEOS

**Objetivo y sentido:** EL DEBER DE DIVULGAR LAS ACTUACIONES COFINANCIADAS A TRAVÉS DE FONDOS EUROPEOS COMO PARTE DEL PROCEDIMIENTO DE GESTION DE LOS MISMOS.

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

**Coste:** 15.000

**Aplicación presupuestaria:** Subconcepto 226.02

**Soporte:** A determinar

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

**Población objetivo de la campaña:** General

**Medidas accesibilidad:** Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

**Observaciones:** Financiada con fondos FEDER- POPE / INTERREG- POCTEP

## EL PATRIMONIO NATURAL Y LA EDUCACIÓN AMBIENTAL

**Objetivo y sentido:** VISIBILIZAR Y VALORIZAR EL PATRIMONIO NATURAL PREDISPONENDO A SU CUIDADO SU CONSERVACIÓN.

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

**Coste:** 15.000

**Aplicación presupuestaria:** Subconcepto 226.02

**Soporte:** A determinar

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

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

**Medidas accesibilidad:** Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos



## MINISTERIO PARA LA TRANSICIÓN ECOLÓGICA Y EL RETO DEMOGRÁFICO



## CONFEDERACIÓN HIDROGRÁFICA DEL MIÑO-SIL

## DIA MUNDIAL DEL AGUA

**Objetivo y sentido:** DAR VALOR AL AGUA A TRAVÉS DE ACTIVIDADES DIVULGATIVAS QUE INCIDAN EN EL USO RESPONSABLE DEL RECURSO Y EN EL CUIDADO DE LOS RÍOS.

**Ejecución:** Anual **Periodo de ejecución:** Del 11 de marzo al 11 de abril de 2024

**Coste:** 14.500

**Aplicación presupuestaria:** Subconcepto 226.02

**Soporte:** A determinar

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

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

**Medidas accesibilidad:** Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

## TU ADMINISTRACIÓN ACCESIBLE Y CERCANA

**Objetivo y sentido:** COMPETENCIAS DE LOS ORGANISMOS DE CUENCA Y EL SERVICIO AL CIUDADANO.

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

**Coste:** 14.500

**Aplicación presupuestaria:** Subconcepto 226.02

**Soporte:** A determinar

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

**Población objetivo de la campaña:** General

**Medidas accesibilidad:** Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos



## CONFEDERACIÓN HIDROGRÁFICA DEL SEGURA

## DIA MUNDIAL DEL AGUA

**Objetivo y sentido:** CONCIENCIAR A LOS CIUDADANOS DE LA CUENCA ACERCA DE LA NECESIDAD DE CUIDAR ESTE BIEN NATURAL TAN ESCASO, PROMOVRIENDO EL AHORRO DEL AGUA.

**Ejecución:** Anual **Periodo de ejecución:** Del 15 al 30 de marzo de 2024

**Coste:** 18.000

**Aplicación presupuestaria:** Concepto 226

**Soporte:** Prensa

**Difusión:** Regional **Idioma:** Castellano

**Población objetivo de la campaña:** General



## MINISTERIO PARA LA TRANSICIÓN ECOLÓGICA Y EL RETO DEMOGRÁFICO



## CONFEDERACIÓN HIDROGRÁFICA DEL SEGURA

## DÍA MUNDIAL DEL MEDIO AMBIENTE

**Objetivo y sentido:** DEJAR UN MEDIO NATURAL MEJOR A LAS FUTURAS GENERACIONES.**Ejecución:** Anual **Período de ejecución:** Del 1 al 15 de junio de 2024**Coste:** 18.000**Aplicación presupuestaria:** Concepto 226**Soporte:** Prensa**Difusión:** Regional **Idioma:** Castellano**Población objetivo de la campaña:** GeneralSOCIEDAD ESTATAL AGUAS DE LAS CUENCAS DE ESPAÑA  
(GRUPO PATRIMONIO)

## DÍA DE EUROPA

**Objetivo y sentido:** DIFUSIÓN DE ACTUACIONES PARA CONCIENCIAR A LA CIUDADANIA DEL PAPEL DE LOS FONDOS FEDER Y NEXT GENERATION DE LA UE EN LA FINANCIACION DE ACTUACIONES DE SANEAMIENTO Y DEPURACIÓN DE LAS AGUAS RESIDUALES.**Ejecución:** Anual **Período de ejecución:** El 9 de mayo de 2024**Coste:** 15.000**Aplicación presupuestaria:** Sociedad estatal. Su presupuesto no se ajusta a la clasificación económica de los PGE**Soporte:** Televisión, radio, prensa e Internet**Difusión:** Nacional **Idioma:** Castellano**Población objetivo de la campaña:** General**Medidas accesibilidad:** Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos**Observaciones:** Financiada con fondos NEXT GENERATION Y FEDER

## DÍA MUNDIAL DEL AGUA

**Objetivo y sentido:** CELEBRACIÓN DEL DÍA MUNDIAL DEL AGUA MEDIANTE LA PUBLICACIÓN DE ANUNCIOS EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN.**Ejecución:** Anual **Período de ejecución:** El 22 de marzo de 2024**Coste:** 15.000**Aplicación presupuestaria:** Sociedad estatal. Su presupuesto no se ajusta a la clasificación económica de los PGE**Soporte:** Televisión, radio y prensa**Difusión:** Provincial **Idioma:** Castellano**Población objetivo de la campaña:** General**Medidas accesibilidad:** Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos**Observaciones:** Financiada con fondos NEXT GENERATION Y FEDER

**MINISTERIO PARA LA TRANSICIÓN ECOLÓGICA Y EL RETO DEMOGRÁFICO****FUNDACIÓN BIODIVERSIDAD****ESTRATEGIA NACIONAL DE INFRAESTRUCTURA VERDE**

**Objetivo y sentido:** SENSIBILIZAR A LOS CIUDADANOS SOBRE LA CONSERVACIÓN DE LA BIODIVERSIDAD Y EL FOMENTO DE LA RESILIENCIA DE LOS ECOSISTEMAS FRENTE AL CAMBIO CLIMÁTICO.

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

**Coste:** 200.000

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

**Soporte:** Prensa, revistas, Internet y exterior

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

**Población objetivo de la campaña:** General

**Medidas accesibilidad:** Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

**Observaciones:** Financiada con fondos NEXT GENERATION

**SECRETARÍA GENERAL PARA EL RETO DEMOGRÁFICO****COHESIÓN TERRITORIAL EN ESPAÑA, RETOS Y OPORTUNIDADES**

**Objetivo y sentido:** GENERAR UNA VISIÓN SOBRE COHESIÓN TERRITORIAL EN EL PAÍS, PONIENDO EL ACENTO EN LA LUCHA CONTRA LA DESIGUALDAD Y EN LA RELACIÓN POSITIVA URBANO-RURAL, PROMOCIONANDO LA ESPAÑA EN RIESGO DE VULNERABILIDAD TERRITORIAL COMO UN TERRITORIO LLENO DE OPORTUNIDADES.

**Ejecución:** Anual **Periodo de ejecución:** Del 2 de septiembre al 30 de noviembre de 2024

**Coste:** 250.000

**Aplicación presupuestaria:** Concepto 640

**Soporte:** Prensa e Internet

**Difusión:** Regional **Idioma:** Castellano

**Población objetivo de la campaña:** General

**Medidas accesibilidad:** Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

**MINISTERIO 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 A LA CIUDADANÍA SOBRE ACTUACIONES EN MATERIA DE VIVIENDA, REHABILITACIÓN Y AGENDA URBANA, QUE SON DE INTERÉS PARA LA MEJORA DE SU BIENESTAR Y CALIDAD DE VIDA.

**Ejecución:** Anual **Periodo de ejecución:** Del 20 de enero al 31 de diciembre de 2024

**Coste:** 3.500.000

**Aplicación presupuestaria:** Concepto 640

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

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

**Población objetivo de la campaña:** General

**Medidas accesibilidad:** Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos



## MINISTERIO DE CULTURA

## SECRETARÍA DE ESTADO DE CULTURA

## 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.

**Ejecución:** Anual **Periodo de ejecución:** Del 1 de septiembre al 31 de diciembre de 2024

**Coste:** 3.600.000

**Aplicación presupuestaria:** Subconcepto 226.02

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

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

**Población objetivo de la campaña:** General

**Medidas accesibilidad:** Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

DIRECCIÓN GENERAL DE INDUSTRIAS CULTURALES,  
PROPIEDAD INTELECTUAL Y COOPERACIÓN

## BONO CULTURAL JOVEN 2024

**Objetivo y sentido:** DIFUNDIR EL PROGRAMA DEL BONO CULTURAL JOVEN DEL AÑO 2024, DIRIGIDO A LOS CIUDADANOS NACIDOS EN EL AÑO 2006.

**Ejecución:** Anual **Periodo de ejecución:** Del 1 de Junio al 31 de diciembre de 2024

**Coste:** 4.500.000

**Aplicación presupuestaria:** Subconcepto 226.02

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

**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

## CAMPAÑA CONTRA LA VULNERACIÓN DE LOS DERECHOS DE PROPIEDAD INTELECTUAL

**Objetivo y sentido:** REDUCIR LA VULNERACIÓN DE LOS DERECHOS DE PROPIEDAD INTELECTUAL. DIFUNDIR LA IMPORTANCIA DEL ACCESO LEGAL Y SEGURO A OBRAS Y PRESTACIONES PROTEGIDAS POR DERECHOS DE PROPIEDAD INTELECTUAL.

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

**Coste:** 100.000

**Aplicación presupuestaria:** Subconcepto 226.02

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

**Difusión:** Nacional **Idioma:** Castellano

**Población objetivo de la campaña:** General

**Medidas accesibilidad:** Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos



## MINISTERIO DE CULTURA

## DIRECCIÓN GENERAL DE INDUSTRIAS CULTURALES, PROPIEDAD INTELECTUAL Y COOPERACIÓN

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

**Objetivo y sentido:** DIFUNDIR LAS CARACTERÍSTICAS DE LOS NUEVOS PROGRAMAS PARA 2021-2027 ENTRE LOS POTENCIALES BENEFICIARIOS DE ESTAS AYUDAS.

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

**Coste:** 10.100

**Aplicación presupuestaria:** Subconcepto 227.06

**Soporte:** Internet y otras herramientas: redes sociales propias

**Difusión:** Nacional **Idioma:** Castellano

**Población objetivo de la campaña:** Operadores culturales y creativos españoles

**Medidas accesibilidad:** Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

**Observaciones:** Europa Creativa y CERV

## THE GOOD GAMER

**Objetivo y sentido:** PROMOVER DIFERENTES MENSAJES DE CONSUMO RESPONSABLE EN EL VIDEOJUEGO, SUMINISTRANDO INFORMACIÓN TRANSPARENTE Y SUBRAYANDO EL APOORTE DEL SECTOR A LA SOCIEDAD. ESTA INICIATIVA CONTRIBUYE A LA CONSIDERACIÓN DEL VIDEOJUEGO COMO MEDIO DECISIVO PARA EL DESARROLLO TECNOLÓGICO, FOMENTANDO LA CREATIVIDAD, GENERANDO MILES DE PUESTOS DE TRABAJO Y SUPONIENDO UN GRAN INSTRUMENTO ELEMENTAL EN LA NUEVA REVOLUCIÓN SANITARIA, CULTURAL Y EDUCATIVA.

**Ejecución:** Plurianual **Periodo de ejecución:** Del 1 de febrero de 2024 al 31 de diciembre de 2025

**Coste:** 9.000 **Coste Plurianual:** 9.000

**Aplicación presupuestaria:** Subconcepto 226.02

**Soporte:** Televisión y otras herramientas: redes sociales propias

**Difusión:** Nacional **Idioma:** Castellano

**Población objetivo de la campaña:** General

**Medidas accesibilidad:** Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

**Observaciones:** Enmarcada dentro de la Resolución de 1 de noviembre de 2023, de la Dirección General de Industrias Culturales, Propiedad Intelectual y Cooperación, por la que se publica el Convenio con la Asociación Española de Videojuego

## 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 Y CONSEJOS INSULARES, AYUNTAMIENTOS) Y LOS AGENTES CULTURALES, PÚBLICOS Y PRIVADOS, QUE DESARROLLAN POLÍTICAS Y PROGRAMAS QUE PROMUEVEN LA PARTICIPACIÓN SOCIAL ACTIVA EN LA VIDA CULTURAL EN TODO EL TERRITORIO DEL ESTADO, INCLUYENDO ADEMÁS, CON CARÁCTER ESPECIAL, EL MEDIO RURAL.

**Ejecución:** Anual **Periodo de ejecución:** Del 1 de abril al 29 de noviembre de 2024

**Coste:** 2.570

**Aplicación presupuestaria:** Subconcepto 227.06

**Soporte:** Internet

**Difusión:** Nacional **Idioma:** Castellano

**Población objetivo de la campaña:** Sectores culturales y creativos en general

**Medidas accesibilidad:** Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

## MINISTERIO DE CULTURA

## DIRECCIÓN GENERAL DEL LIBRO, DEL CÓMIC Y DE LA LECTURA

## EBIBLIO 2024: FOMENTO DE LA LECTURA DIGITAL

**Objetivo y sentido:** INCREMENTAR EL USO Y CONOCIMIENTO DE LA PLATAFORMA DE PRÉSTAMO DE LIBROS EN FORMATO DIGITAL eBIBLIO, FOMENTANDO SU USO ENTRE LA POBLACIÓN ESPAÑOLA Y PROMOViendo EL MAYOR USO DE SERVICIOS BIBLIOTECARIOS.

**Ejecución:** Anual

**Periodo de ejecución:** Del 1 de abril al 31 de diciembre de 2024

**Coste:** 80.000

**Aplicación presupuestaria:** Subconcepto 227.06

**Soporte:** Internet y otras herramientas: entrevistas en radio, envío de cartelería a bibliotecas

**Difusión:** Nacional

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

**Evaluación:** Pretest y posttest

**Población objetivo de la campaña:** General

**Medidas accesibilidad:** Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

## MINISTERIO DE CULTURA



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

## PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN DE LA CINEMATOGRAFÍA ESPAÑOLA 2024

**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.

**Ejecución:** Anual

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

**Coste:** 18.000

**Aplicación presupuestaria:** Subconcepto 226.02

**Soporte:** Televisión, prensa, revistas, Internet, cine y otras herramientas: Web y redes de ICAA y organismos colaboradores públicos y privados, blogs y podcasts, medios digitales e impresos especializados en cine y/o audiovisual

**Difusión:** Nacional

**Idioma:** Castellano

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

**Medidas accesibilidad:** Subtitulación, audiodescripción, lengua de signos y rotulación

## DÍA DEL CINE ESPAÑOL 2024

**Objetivo y sentido:** DAR VISIBILIDAD A LA EFEMÉRIDE DE RECIENTE CREACIÓN QUE EN 2024 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.

**Ejecución:** Anual

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

**Coste:** 18.000

**Aplicación presupuestaria:** Subconcepto 226.02

**Soporte:** Televisión, radio, prensa, revistas, Internet, cine, marketing : Street Marketing/ Marketing digital y otras herramientas: Web y redes de ICAA y organismos colaboradores públicos y privados, blogs y podcasts, medios digitales e impresos especializados

**Difusión:** Nacional

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

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

**Medidas accesibilidad:** Subtitulación, audiodescripción, lengua de signos y rotulación

## 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 EN 2024

**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 2024: CENTENARIOS DE CINEASTAS DESTACADOS/AS, EL ANUNCIO DEL PREMIO NACIONAL DE PATRIMONIO AUDIOVISUAL (DE RECIENTE CREACIÓN), ENTRE OTROS.

**Ejecución:** Anual

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

**Coste:** 12.500

**Aplicación presupuestaria:** Subconcepto 226.02

**Soporte:** Televisión, radio, prensa, revistas e Internet

**Difusión:** Nacional

**Idioma:** Castellano

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

**Medidas accesibilidad:** Subtitulación, audiodescripción, lengua de signos y rotulación

## PREMIO NACIONAL DE CINEMATOGRAFÍA 2024

**Objetivo y sentido:** ACCIONES ORIENTADAS A LA DIFUSIÓN DEL PREMIO NACIONAL DE CINEMATOGRAFÍA 2024, GALARDÓN OTORGADO POR EL MINISTERIO DE CULTURA Y DEPORTE A TRAVÉS DEL ICAA. DIFUSIÓN DE LA CONVOCATORIA, DEL FALLO DEL MISMO, Y DEL ACTO DE ENTREGA DEL PREMIO QUE NORMALMENTE SE REALIZA EN EL MES DE SEPTIEMBRE.

**Ejecución:** Anual

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

**Coste:** 10.000

**Aplicación presupuestaria:** Subconcepto 226.02

**Soporte:** Televisión, prensa, revistas, Internet, cine y otras herramientas: Web y redes de ICAA y organismos colaboradores públicos y privados, blogs y podcasts, medios digitales e impresos especializados en cine y/o audiovisual

**Difusión:** Nacional

**Idioma:** Castellano

**Población objetivo de la campaña:** Profesionales del cine

**Medidas accesibilidad:** Subtitulación, audiodescripción, lengua de signos y rotulación

## PREMIOS GOYA 2024

**Objetivo y sentido:** ACCIONES ORIENTADAS A DAR A CONOCER A LOS NOMINADOS PARA LOS PREMIOS GOYA 2024, GALARDÓN OTORGADO POR LA ACADEMIA DEL CINE. DIFUSIÓN DE LA CONVOCATORIA, DEL FALLO DEL MISMO, Y DEL ACTO DE ENTREGA DEL PREMIO QUE NORMALMENTE SE REALIZA EN EL MES DE FEBRERO.

**Ejecución:** Anual

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

**Coste:** 10.000

**Aplicación presupuestaria:** Subconcepto 226.02

**Soporte:** Televisión, prensa, revistas, Internet y cine

**Difusión:** Nacional

**Idioma:** Castellano

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

**Medidas accesibilidad:** Subtitulación, audiodescripción, lengua de signos y rotulación



## MINISTERIO DE ECONOMÍA, COMERCIO Y EMPRESA

## SUBSECRETARÍA

## VISIBILIZACIÓN DEL PLAN DE RECUPERACIÓN, TRANSFORMACIÓN Y RESILIENCIA

**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 A ESTE PLAN.

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

**Coste:** 2.865.000

**Aplicación presupuestaria:** Subconcepto 226.02

**Soporte:** A determinar

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

**Población objetivo de la campaña:** General

**Medidas accesibilidad:** Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

## MINISTERIO DE SANIDAD

## DIRECCIÓN GENERAL DE SALUD PÚBLICA Y EQUIDAD EN SALUD

## PREVENCIÓN DEL TABAQUISMO Y PROTECCIÓN DE LA SALUD

**Objetivo y sentido:** CONCIENCIAR A LA POBLACIÓN SOBRE LOS EFECTOS DEL CONSUMO DE TABACO Y DE OTROS PRODUCTOS RELACIONADOS.

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

**Coste:** 393.500

**Aplicación presupuestaria:** Subconcepto 226.02

**Soporte:** Radio, prensa, Internet y exterior

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

**Población objetivo de la campaña:** General

**Medidas accesibilidad:** Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

## 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:** REDUCIR EL IMPACTO DE LA EPIDEMIA DEL VIH ENTRE HOMBRES GBHSH Y PERSONAS TRANS MEDIANTE LA PROMOCIÓN DE LA PROFILAXIS PRE EXPOSICIÓN FRENTE AL VIH (PREP) EN EL MARCO DEL ORGULLO LGTBIQ+. INFORMAR Y SENSIBILIZAR A LA POBLACIÓN SOBRE LA IMPORTANCIA DE LA PREVENCIÓN DE LAS INFECCIONES DE TRANSMISIÓN SEXUAL (ITS) Y CONCIENCIAR SOBRE LA NECESIDAD DEL AUTOCUIDADO Y LA RESPONSABILIDAD INDIVIDUAL EN LA MEJORA DE SU SALUD SEXUAL Y DE LAS PERSONAS CON LAS QUE SE RELACIONAN. PROMOVER ENTRE LA POBLACIÓN GENERAL ACTITUDES DE RESPETO HACIA LAS PERSONAS CON INFECCIÓN POR EL VIH, SENSIBILIZANDO E INFORMANDO SOBRE EL DERECHO A LA IGUALDAD DE OPORTUNIDADES A FIN DE EVITAR SITUACIONES DE DISCRIMINACIÓN, TODO ELLO EN EL MARCO DE LA CONMEMORACIÓN DEL DÍA MUNDIAL DEL SIDA.

**Ejecución:** Anual

**Periodo de ejecución:** A determinar

**Coste:** 300.000

**Aplicación presupuestaria:** Subconcepto 226.02

**Soporte:** Internet, exterior y marketing: street marketing

**Difusión:** Nacional

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

**Población objetivo de la campaña:** General

**Medidas accesibilidad:** Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

## PROMOCIÓN DE LA VACUNACIÓN ESTACIONAL

**Objetivo y sentido:** DIFUSIÓN DE LAS RECOMENDACIONES DE VACUNACIÓN FRENTE A GRIPE, COVID-19, NEUMOCOCO, ETC. EN LOS GRUPOS DE POBLACIÓN DIANA, ASÍ COMO EN EL PERSONAL SANITARIO Y SOCIOSANITARIO.

**Ejecución:** Anual

**Periodo de ejecución:** Del 16 de septiembre al 31 de octubre de 2024

**Coste:** 100.000

**Aplicación presupuestaria:** Subconcepto 226.02

**Soporte:** Radio e Internet

**Difusión:** Nacional

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

**Población objetivo de la campaña:** General, tercera edad, progenitores, tutores y profesionales sanitarios

**Medidas accesibilidad:** Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

## SALUD Y MEDIO AMBIENTE

**Objetivo y sentido:** INFORMAR SOBRE LOS FACTORES AMBIENTALES CON IMPACTO EN LA SALUD, ASÍ COMO DAR RECOMENDACIONES SOBRE HÁBITOS SALUDABLES.

**Ejecución:** Anual

**Periodo de ejecución:** A determinar

**Coste:** 100.000

**Aplicación presupuestaria:** Subconcepto 226.02

**Soporte:** Internet

**Difusión:** Nacional

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

**Población objetivo de la campaña:** General

**Medidas accesibilidad:** Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

MINISTERIO DE SANIDAD		
DIRECCIÓN GENERAL DE SALUD PÚBLICA Y EQUIDAD EN SALUD Y COMISIONADO DE SALUD MENTAL		
PROMOCIÓN Y PROTECCIÓN DE LA SALUD MENTAL		
<b>Objetivo y sentido:</b> CONCIENCIAR Y SENSIBILIZAR A LA CIUDADANÍA PARA ELIMINAR EL ESTIGMA SOBRE LA SALUD MENTAL.		
<b>Ejecución:</b> Anual	<b>Periodo de ejecución:</b> A determinar	
<b>Coste:</b> 806.500		
<b>Aplicación presupuestaria:</b> Subconcepto 226.02		
<b>Soporte:</b> Televisión, radio, prensa, Internet, exterior y cine		
<b>Difusión:</b> Nacional	<b>Idioma:</b> Castellano, catalán, gallego, euskera y valenciano	<b>Evaluación:</b> Postest
<b>Población objetivo de la campaña:</b> General		
<b>Medidas accesibilidad:</b> Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos		

DIRECCIÓN GENERAL DE SALUD PÚBLICA Y EQUIDAD EN SALUD Y DIRECCIÓN GENERAL DE ORDENACIÓN PROFESIONAL		
EL VALOR DE LA ATENCIÓN PRIMARIA		
<b>Objetivo y sentido:</b> PONER EN VALOR EL TRABAJO DEL PERSONAL PROFESIONAL DE ATENCIÓN PRIMARIA Y REFORZAR SU LIDERAZGO COMO EJE VERTEBRADOR DEL SNS. DIFUNDIR SU IMPACTO EN RESULTADOS EN SALUD Y EQUIDAD. MOSTRAR LOS BENEFICIOS DEL MODELO SANITARIO BASADO EN LA ATENCIÓN PRIMARIA. DAR A CONOCER LOS DIFERENTES PERFILES PROFESIONALES INTEGRANTES DE LA ATENCIÓN PRIMARIA EN ENTORNOS Y CONTEXTOS DIFERENTES.		
<b>Ejecución:</b> Anual	<b>Periodo de ejecución:</b> A determinar	
<b>Coste:</b> 485.000		
<b>Aplicación presupuestaria:</b> Subconcepto 226.02		
<b>Soporte:</b> Televisión, radio e Internet		
<b>Difusión:</b> Nacional	<b>Idioma:</b> Castellano, catalán, gallego, euskera y valenciano	<b>Evaluación:</b> Postest
<b>Población objetivo de la campaña:</b> General y profesionales sanitarios y sociosanitarios		
<b>Medidas accesibilidad:</b> Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos		

AGENCIA ESPAÑOLA DE MEDICAMENTOS Y PRODUCTOS SANITARIOS		
LA EVIDENCIA CIENTIFICA APLICADA A LA SALUD		
<b>Objetivo y sentido:</b> SENSIBILIZAR A LA POBLACIÓN GENERAL 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 A LA POBLACIÓN SOBRE LOS EFECTOS NOCIVOS DE LAS ALTERNATIVAS TERAPÉUTICAS NO BASADAS EN LA EVIDENCIA CIENTÍFICA CON POSIBLES EFECTOS PERJUDICIALES PARA LA SALUD, LA PROTECCIÓN DEL MEDIOAMBIENTE O PARA OTROS ÁMBITOS.		
<b>Ejecución:</b> Anual	<b>Periodo de ejecución:</b> A determinar	
<b>Coste:</b> 600.000		
<b>Aplicación presupuestaria:</b> Subconcepto 226.02		
<b>Soporte:</b> Televisión, radio, Internet, exterior y cine		
<b>Difusión:</b> Nacional	<b>Idioma:</b> Castellano, catalán, gallego, euskera y valenciano	<b>Evaluación:</b> Postest
<b>Población objetivo de la campaña:</b> General		
<b>Medidas accesibilidad:</b> Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos		



## 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 POR PARTE DE LA POBLACIÓN GENERAL. INFORMAR A LA POBLACIÓN ACERCA DE QUE LOS MEDICAMENTOS ANTIBIÓTICOS SOLO SIRVEN PARA HACER FRENTE A LAS INFECCIONES BACTERIANAS, NO A LAS VÍRICAS. EL OBJETIVO ES ELIMINAR LOS COMPORTAMIENTOS QUE CONTRIBUYEN AL USO IRRESPONSABLE DE ESTOS MEDICAMENTOS (AUTOMEDICACIÓN, INCUMPLIMIENTO TERAPÉUTICO Y PRESIÓN A LOS PROFESIONALES SANITARIOS PARA SU DISPENSACIÓN/PRESCRIPCIÓN, ETC.).

**Ejecución:** Anual

**Periodo de ejecución:** A determinar

**Coste:** 300.000

**Aplicación presupuestaria:** Subconcepto 226.02

**Soporte:** Radio, prensa e Internet

**Difusión:** Nacional

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

**Población objetivo de la campaña:** General

**Medidas accesibilidad:** Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

## MINISTERIO DE DERECHOS SOCIALES, CONSUMO Y AGENDA 2030

## DIRECCIÓN GENERAL DE AGENDA 2030

## UNA AGENDA 2030 PARA TODA LA CIUDADANÍA

**Objetivo y sentido:** DESTACAR LA APORTACIÓN POSITIVA QUE SUPONEN LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE DE LA AGENDA 2030.

**Ejecución:** Anual

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

**Coste:** 1.218.345.

**Aplicación presupuestaria:** Subconcepto 226.02

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

**Difusión:** Nacional

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

**Evaluación:** Posttest

**Población objetivo de la campaña:** General

**Medidas accesibilidad:** Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos



## MINISTERIO DE DERECHOS SOCIALES, CONSUMO Y AGENDA 2030

## DIRECCIÓN GENERAL DE CONSUMO

## SENSIBILIZACIÓN SOBRE CONSUMO SOSTENIBLE

**Objetivo y sentido:** PROMOVER EL CONSUMO SOSTENIBLE.

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

**Coste:** 880.000

**Aplicación presupuestaria:** Subconcepto 226.02

**Soporte:** Televisión, radio, exterior y cine

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

**Población objetivo de la campaña:** General

**Medidas accesibilidad:** Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

## DIRECCIÓN GENERAL DE DERECHOS DE LAS PERSONAS CON DISCAPACIDAD

## SOMOS PERSONAS CON DISCAPACIDAD

**Objetivo y sentido:** COMUNICAR LA ACCIÓN DEL GOBIERNO PARA CAMBIAR EL ARTÍCULO 49 DE LA CONSTITUCIÓN ESPAÑOLA PARA ADECUARLO AL MARCO DE DERECHOS HUMANOS Y ELIMINAR EL TÉRMINO DISMINUIDOS, CONSAGRANDO LA EXPRESIÓN PERSONAS CON DISCAPACIDAD.

**Ejecución:** Anual **Periodo de ejecución:** Del 1 de noviembre al 15 de diciembre de 2024

**Coste:** 500.000

**Aplicación presupuestaria:** Subconcepto 226.02

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

**Difusión:** Nacional **Idioma:** Castellano

**Población objetivo de la campaña:** General y personas con discapacidad

**Medidas accesibilidad:** Subtitulación, audiodescripción, lengua de signos y lectura fácil

## DIRECCIÓN GENERAL DE DERECHOS DE LOS ANIMALES

## EMPATÍA

**Objetivo y sentido:** CAMPAÑA CONTRA EL ABANDONO DE ANIMALES DE COMPAÑÍA.

**Ejecución:** Anual **Periodo de ejecución:** Del 1 de junio al 31 de diciembre de 2024

**Coste:** 1.110.000

**Aplicación presupuestaria:** Subconcepto 226.02

**Soporte:** Televisión, radio y exterior

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

**Población objetivo de la campaña:** General

**Medidas accesibilidad:** Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos



## MINISTERIO DE DERECHOS SOCIALES, CONSUMO Y AGENDA 2030

## DIRECCIÓN GENERAL DE DIVERSIDAD FAMILIAR Y SERVICIOS SOCIALES

## MÁS TIEMPO PARA LA CONCILIACIÓN Y LOS CUIDADOS

**Objetivo y sentido:** SENSIBILIZAR SOBRE LA CONCILIACIÓN DE LA VIDA FAMILIAR Y LABORAL. SE DIRIGE A LA SOCIEDAD EN GENERAL, FAMILIAS, ASÍ COMO PROFESIONALES Y RESTO DE AGENTES EN RELACIÓN AL ÁMBITO FAMILIAR.

**Ejecución:** Anual **Periodo de ejecución:** Del 1 de junio al 31 de diciembre de 2024

**Coste:** 1.000.000

**Aplicación presupuestaria:** Subconcepto 226.02

**Soporte:** Radio, prensa, revistas e Internet

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

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

**Medidas accesibilidad:** Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

## SECRETARÍA GENERAL DE CONSUMO Y JUEGO

## LA NUEVA HERRAMIENTA EN ORIGEN

**Objetivo y sentido:** DAR A CONOCER LA HERRAMIENTA "EN ORIGEN" (HERRAMIENTA DIGITAL PARA FACILITAR EL COMERCIO DE PROXIMIDAD CON UNA OFERTA DE PRODUCTOS CON ESPECIAL INCIDENCIA EN EL EMPRENDIMIENTO DE MUJERES RURALES, PRODUCTOS ARTESANOS Y PRODUCCIÓN ECOLÓGICA) Y PROMOVER LA ADHESIÓN DE PRODUCTORES Y LAS VISITAS DE CONSUMIDORES PARA LA BÚSQUEDA DE PRODUCTOS DE ESTE ORIGEN.

**Ejecución:** Anual **Periodo de ejecución:** Del 1 de junio al 31 de diciembre de 2024

**Coste:** 100.000

**Aplicación presupuestaria:** Subconcepto 226.02

**Soporte:** Radio e Internet

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

**Población objetivo de la campaña:** General

**Medidas accesibilidad:** Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

## DIRECCIÓN GENERAL DE ORDENACIÓN DEL JUEGO

## LA NATURALEZA Y RIESGOS DE LAS CAJAS BOTÍN

**Objetivo y sentido:** DAR A CONOCER LOS RIESGOS DE LOS MECANISMOS ALEATORIOS DE RECOMPENSA, TAMBIÉN CONOCIDOS COMO CAJAS BOTÍN O LOOTBOXES, QUE SE ENCUENTRAN EN ALGUNOS VIDEOJUEGOS, QUE CONTIENEN CARACTERÍSTICAS MUY SIMILARES A LOS JUEGOS DE AZAR TANTO EN SU DISEÑO COMO EN SU FORMA DE ACTIVACIÓN Y SON, EN OCASIONES, DESCONOCIDOS Y BANALIZADOS POR LAS FAMILIAS Y LOS JUGADORES AL IDENTIFICARLAS CON UN COMPONENTE MÁS DEL JUEGO SIN PERCATARSE DE SUS RIESGOS.

**Ejecución:** Anual **Periodo de ejecución:** Del 1 de julio al 31 de octubre de 2024

**Coste:** 2.100.000

**Aplicación presupuestaria:** Subconcepto 226.02

**Soporte:** Televisión, radio, prensa, revistas e Internet

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

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

**Medidas accesibilidad:** Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

## MINISTERIO DE DERECHOS SOCIALES, CONSUMO Y AGENDA 2030



## AGENCIA ESPAÑOLA DE SEGURIDAD ALIMENTARIA Y NUTRICIÓN

## POR UNA ALIMENTACIÓN Y HÁBITOS DE VIDA SALUDABLES

**Objetivo y sentido:** SENSIBILIZAR SOBRE LA IMPORTANCIA DE UNA ALIMENTACIÓN Y HÁBITOS DE VIDA SALUDABLES COMO FORMA DE PREVENCIÓN DE ENFERMEDADES NO TRANSMISIBLES.

**Ejecución:** Anual **Periodo de ejecución:** Del 1 de septiembre al 31 de diciembre de 2024

**Coste:** 300.000

**Aplicación presupuestaria:** Concepto 640

**Soporte:** Radio, prensa, revistas e Internet

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

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

**Medidas accesibilidad:** Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos



## INSTITUTO DE MAYORES Y SERVICIOS SOCIALES (IMERSO)

## SENSIBILIZACIÓN SOBRE LOS SERVICIOS DE DEPENDENCIA

**Objetivo y sentido:** MEJORAR EL CONOCIMIENTO ACERCA DE LOS SERVICIOS Y PRESTACIONES OFERTADOS POR EL SISTEMA PARA LA AUTONOMÍA PERSONAL Y ATENCIÓN A LA DEPENDENCIA.

**Ejecución:** Anual **Periodo de ejecución:** Del 1 de febrero al 31 de diciembre de 2024

**Coste:** 2.000.000

**Aplicación presupuestaria:** Subconcepto 226.02

**Soporte:** Televisión, radio, prensa y revistas

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

**Población objetivo de la campaña:** Tercera edad

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

## MINISTERIO DE CIENCIA, INNOVACIÓN Y UNIVERSIDADES

## SECRETARÍA GENERAL DE INNOVACIÓN

## PREMIOS NACIONALES DE INNOVACIÓN Y DE DISEÑO 2024

**Objetivo y sentido:** DIFUNDIR LA CONVOCATORIA DE LOS PREMIOS ENTRE LAS PERSONAS FÍSICAS Y JURÍDICAS VINCULADAS A LA INNOVACIÓN Y AL DISEÑO PARA CUMPLIR CON LOS REQUISITOS PREVISTOS EN EL ARTÍCULO 2, APARTADO 2, DEL REGLAMENTO DEL IMPUESTO SOBRE LA RENTA DE LAS PERSONAS FÍSICAS, CON LA FINALIDAD DE QUE LA DOTACIÓN ECONÓMICA DE LOS PREMIOS ESTÉ EXENTA DE RETENCIÓN.

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

**Coste:** 5.000

**Aplicación presupuestaria:** Subconcepto 226.02

**Soporte:** Internet

**Difusión:** Nacional **Idioma:** Castellano

**Población objetivo de la campaña:** General y empresarios

**Medidas accesibilidad:** Audiodescripción



## MINISTERIO DE CIENCIA, INNOVACIÓN Y UNIVERSIDADES

## SECRETARÍA GENERAL DE INVESTIGACIÓN

PREMIOS NACIONALES DE INVESTIGACIÓN  
Y PREMIOS NACIONALES DE INVESTIGACIÓN PARA JÓVENES 2024

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

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

**Coste:** 6.000

**Aplicación presupuestaria:** Subconcepto 226.02

**Soporte:** Internet

**Difusión:** Nacional **Idioma:** Castellano

**Población objetivo de la campaña:** Comunidad científica

**Medidas accesibilidad:** Audiodescripción

## SECRETARÍA GENERAL DE UNIVERSIDADES

## CERTAMEN JÓVENES INVESTIGADORES

**Objetivo y sentido:** DIFUNDIR ENTRE LOS ESTUDIANTES LA CONVOCATORIA DE LOS PREMIOS.

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

**Coste:** 2.000

**Aplicación presupuestaria:** Subconcepto 226.02

**Soporte:** Internet

**Difusión:** Nacional **Idioma:** Castellano

**Población objetivo de la campaña:** Estudiantes

**Medidas accesibilidad:** Subtitulación y audiodescripción

## CERTAMEN ARQUÍMEDES DE INTRODUCCIÓN A LA INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA

**Objetivo y sentido:** DIFUNDIR LA CONVOCATORIA DE LOS PREMIOS ENTRE LOS ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS Y LAS UNIVERSIDADES.

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

**Coste:** 2.000

**Aplicación presupuestaria:** Subconcepto 226.02

**Soporte:** Internet

**Difusión:** Nacional **Idioma:** Castellano

**Población objetivo de la campaña:** Estudiantes

**Medidas accesibilidad:** Subtitulación y audiodescripción



## MINISTERIO DE CIENCIA, INNOVACIÓN Y UNIVERSIDADES



## CENTRO PARA EL DESARROLLO TECNOLÓGICO Y LA INNOVACIÓN, E.P.E (CDTI)

## INICIATIVAS Y PROGRAMAS PÚBLICOS DE APOYO A LOS PROYECTOS DE I+D+I EMPRESARIAL E INNOVACIÓN

**Objetivo y sentido:** DIVULGAR ENTRE LOS POTENCIALES BENEFICIARIOS (EMPRESAS, ENTIDADES, PYMES, ORGANISMOS DE INVESTIGACIÓN APLICADA) LAS AYUDAS Y PROGRAMAS DE APOYO PÚBLICOS ENFOCADOS EN EL IMPULSO DE LA ACTIVIDAD EMPRESARIAL BASADA EN CONOCIMIENTO/CIENCIA APLICADA.

**Ejecución:** Anual

**Periodo de ejecución:** Del 1 de junio al 31 de diciembre de 2024

**Coste:** 500.000

**Aplicación presupuestaria:** Subconcepto 226.02

**Soporte:** Radio, prensa, Internet y exterior

**Difusión:** Nacional

**Idioma:** Castellano

**Evaluación:** Postest

**Población objetivo de la campaña:** General, empresarios y entidades de I+D+I

**Medidas accesibilidad:** Subtitulación y audiodescripción

## MINISTERIO DE IGUALDAD

## SECRETARÍA DE ESTADO DE IGUALDAD Y PARA LA ERRADICACIÓN DE LA VIOLENCIA CONTRA LAS MUJERES

## PROMOCIÓN DE UNA EDUCACIÓN SEXUAL POSITIVA BASADA EN LA IGUALDAD Y EL BUEN TRATO

**Objetivo y sentido:** LA UNIVERSALIZACIÓN DEL USO DE LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS Y EL ACCESO A INTERNET DE LOS Y LAS MENORES, HACEN QUE EL ACCESO A CONTENIDOS PORNOGRÁFICOS SE PRODUZCA EN EDADES CADA VEZ MÁS TEMPRANAS. ESTOS CONTENIDOS, EN MUCHOS CASOS ALTAMENTE MACHISTAS Y VIOLENTOS, TIENEN UN EFECTO DIRECTO EN LA DETERMINACIÓN DE LAS RELACIONES DE GÉNERO, NO SOLO SEXUALES SINO TAMBIÉN AFECTIVAS Y EMOCIONALES. LA CAMPAÑA TIENE COMO OBJETIVO SENSIBILIZAR A LA POBLACIÓN SOBRE LA NECESIDAD DE PROMOVER UNA SOCIALIZACIÓN Y EDUCACIÓN SEXUAL POSITIVA, BASADA EN LA IGUALDAD Y EL BUEN TRATO Y ALEJADA DEL MACHISMO Y LA VIOLENCIA.

**Ejecución:** Anual

**Periodo de ejecución:** Del 1 de septiembre al 31 de diciembre de 2024

**Coste:** 3.200.000

**Aplicación presupuestaria:** Subconcepto 227.06

**Soporte:** Televisión, radio, prensa, revistas, Internet, exterior, cine, marketing: Street marketing y otras herramientas

**Difusión:** Nacional

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

**Evaluación:** Postest

**Población objetivo de la campaña:** General e infantil/juvenil

**Medidas accesibilidad:** Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos



## MINISTERIO DE IGUALDAD

SECRETARÍA DE ESTADO DE IGUALDAD  
Y PARA LA ERRADICACIÓN DE LA VIOLENCIA CONTRA LAS MUJERES

## SENSIBILIZACIÓN EN CORRESPONSABILIDAD Y CUIDADOS

**Objetivo y sentido:** PROMOVER UNA SOCIEDAD MÁS JUSTA, IGUALITARIA Y CORRESPONSABLE. ESTE OBJETIVO NO ES ALCANZABLE SIN UNA CORRESPONSABILIDAD REAL ENTRE MUJERES Y HOMBRES EN LAS TAREAS DOMÉSTICAS Y DE CUIDADOS, QUE LIMITAN EL DESARROLLO PROFESIONAL Y PERSONAL DE LAS MUJERES AL SER Ellas QUIENES LAS ASUMEN DE FORMA MAYORITARIA, GENERANDO GRANDES BRECHAS LABORALES Y SALARIALES. LAS TAREAS DE CUIDADOS, TRADICIONALMENTE DESEMPEÑADAS POR MUJERES, SE HAN VISTO RELEGADAS HISTÓRICAMENTE A UN SEGUNDO PLANO, SIEMPRE EN EL ÁMBITO PRIVADO. COMO CONSECUENCIA, EL TRABAJO DE CUIDADOS TANTO FORMAL COMO INFORMAL, NO CUENTA CON EL RECONOCIMIENTO SOCIAL QUE MERECE, A PESAR DE SER EL SUSTENTO DE LA SOCIEDAD Y DE LA ECONOMÍA MUNDIAL. POR ELLO, ES NECESARIO SENSIBILIZAR A LA POBLACIÓN SOBRE EL VALOR DE LAS LABORES DE CUIDADOS Y PROMOVER QUE LOS HOMBRES ASUMAN SUS RESPONSABILIDADES EN ESTE ÁMBITO DE FORMA EQUITATIVA.

**Ejecución:** Anual **Periodo de ejecución:** Del 1 de octubre al 31 de diciembre de 2024

**Coste:** 2.900.000

**Aplicación presupuestaria:** Subconcepto 227.06

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

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

**Población objetivo de la campaña:** General

**Medidas accesibilidad:** Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

## CAMPAÑA CON MOTIVO DEL DÍA INTERNACIONAL DE LA MUJER

**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.

**Ejecución:** Anual **Periodo de ejecución:** Del 1 de marzo al 1 de abril de 2024

**Coste:** 121.000

**Aplicación presupuestaria:** Concepto 640

**Soporte:** A determinar

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

**Población objetivo de la campaña:** General

**Medidas accesibilidad:** Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

## MINISTERIO DE IGUALDAD

## DELEGACIÓN DE GOBIERNO CONTRA LA VIOLENCIA DE GÉNERO

## CONCIENCIACIÓN SOCIAL CONTRA LAS DISTINTAS FORMAS DE VIOLENCIA CONTRA LAS MUJERES DURANTE 2024

**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.

**Ejecución:** Anual **Periodo de ejecución:** Del 1 de marzo al 31 de diciembre de 2024

**Coste:** 7.000.000

**Aplicación presupuestaria:** Concepto 640

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

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

**Población objetivo de la campaña:** General

**Medidas accesibilidad:** Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

## 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:** DAR A CONOCER EL SERVICIO DE ATENCIÓN A VÍCTIMAS DE DISCRIMINACIÓN RACIAL.

**Ejecución:** Anual **Periodo de ejecución:** Del 15 de septiembre al 31 de diciembre de 2024

**Coste:** 1.300.000

**Aplicación presupuestaria:** Concepto 640

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

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

**Población objetivo de la campaña:** General

**Medidas accesibilidad:** Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

## DIRECCIÓN GENERAL PARA LA IGUALDAD REAL Y EFECTIVA DE LAS PERSONAS LGTBI+

## LA IGUALDAD REAL Y EFECTIVA DE LAS PERSONAS LGTBI+

**Objetivo y sentido:** DAR A CONOCER A LA CIUDADANÍA EN GENERAL Y A LAS PERSONAS LGTBI+ Y SUS ALLEGADOS, LOS DISTINTOS INSTRUMENTOS DE QUE SE DISPONE EN MATERIA DE POLÍTICAS PÚBLICAS LGTBI+ PARA LA PROMOCIÓN Y PROTECCIÓN DE SUS DERECHOS, ASÍ COMO PARA LA PREVENCIÓN DE LA LGTBIFOBIA Y LA ATENCIÓN DE SUS VÍCTIMAS, CON ESPECIAL INCIDENCIA EN EL SERVICIO LGTBI 028 DE INFORMACIÓN Y ATENCIÓN INTEGRAL EN MATERIA DE DERECHOS LGTBI Y DELITOS DE ODIÓ POR LGTBIFOBIA.

**Ejecución:** Anual **Periodo de ejecución:** Del 24 de junio al 17 de julio de 2024

**Coste:** 1.500.000

**Aplicación presupuestaria:** Concepto 640

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

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

**Población objetivo de la campaña:** General y personas LGTBI+

**Medidas accesibilidad:** Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos



## MINISTERIO DE IGUALDAD

Instituto de las  
**MUJERES**

## INSTITUTO DE LAS MUJERES

## IGUALDAD EFECTIVA DE MUJERES Y HOMBRES

**Objetivo y sentido:** PROMOVER ENTRE LA POBLACIÓN EN GENERAL Y EN LAS JÓVENES EN PARTICULAR, LA PARTICIPACIÓN DE LAS MUJERES EN TODOS LOS ÁMBITOS (POLÍTICO, SOCIAL, ECONÓMICO, LABORAL...) EN UN PLANO DE IGUALDAD.

**Ejecución:** Anual

**Periodo de ejecución:** Del 1 de mayo al 31 de diciembre de 2024

**Coste:** 1.500.000

**Aplicación presupuestaria:** Subconcepto 226.02

**Soporte:** Televisión, radio, prensa e Internet

**Difusión:** Nacional

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

**Evaluación:** Postest

**Población objetivo de la campaña:** General

**Medidas accesibilidad:** Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

## MINISTERIO DE INCLUSIÓN, SEGURIDAD SOCIAL Y MIGRACIONES

## GABINETE DE LA MINISTRA

## INFORMACIÓN SOBRE LA REFORMA DE LAS PENSIONES

**Objetivo y sentido:** INFORMAR SOBRE MODIFICACIONES DE LAS PENSIONES.

**Ejecución:** Plurianual

**Periodo de ejecución:** Del 1 de mayo de 2024 al 31 de mayo de 2025

**Coste:** 3.045.000

**Coste Plurianual:** 3.045.000

**Aplicación presupuestaria:** Subconcepto 226.02

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

**Difusión:** Nacional

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

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

**Medidas accesibilidad:** Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

## LA MIGRACIÓN, FUENTE DE RIQUEZA

**Objetivo y sentido:** INFORMAR ACERCA DE LA CONTRIBUCIÓN DE LA INMIGRACIÓN A LA ECONOMÍA ESPAÑOLA.

**Ejecución:** Plurianual

**Periodo de ejecución:** Del 1 de octubre de 2024 al 31 de octubre de 2025

**Coste:** 2.000.000

**Coste Plurianual:** 2.000.000

**Aplicación presupuestaria:** Subconcepto 226.02

**Soporte:** Televisión, prensa, Internet y exterior

**Difusión:** Nacional

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

**Población objetivo de la campaña:** General y empresarios

**Medidas accesibilidad:** Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos



## MINISTERIO DE INCLUSIÓN, SEGURIDAD SOCIAL Y MIGRACIONES

## GABINETE DE LA MINISTRA

## INFORMACIÓN SOBRE LAS MODIFICACIONES EN LA COTIZACIÓN DE LOS AUTÓNOMOS

**Objetivo y sentido:** INFORMAR ACERCA DE LAS MODIFICACIONES EFECTUADAS EN LA LEGISLACIÓN SOBRE EL RÉGIMEN DE LOS AUTÓNOMOS.

**Ejecución:** Plurianual **Periodo de ejecución:** Del 1 de febrero de 2024 al 31 de diciembre de 2025

**Coste:** 1.600.000 **Coste Plurianual:** 1.600.000

**Aplicación presupuestaria:** Subconcepto 226.02

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

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

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

**Medidas accesibilidad:** Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

## PROMOCIÓN DE LOS PLANES COLECTIVOS DE PENSIONES

**Objetivo y sentido:** INFORMAR ACERCA DE LOS NUEVOS PLANES PARA LAS PENSIONES.

**Ejecución:** Plurianual **Periodo de ejecución:** Del 1 de marzo de 2024 al 31 de diciembre de 2025

**Coste:** 260.000 **Coste Plurianual:** 260.000

**Aplicación presupuestaria:** Subconcepto 226.02

**Soporte:** Televisión, radio, prensa e Internet

**Difusión:** Provincial **Idioma:** Castellano

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

**Medidas accesibilidad:** Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

## PROMOVER EL ACCESO A LA FUNCIÓN PÚBLICA A TRAVÉS DE LOS CUERPOS ESPECIALES DE LA SEGURIDAD SOCIAL

**Objetivo y sentido:** INFORMAR ACERCA DE LAS CONVOCATORIAS DE LOS CUERPOS ESPECIALES DE LA SEGURIDAD SOCIAL.

**Ejecución:** Anual **Periodo de ejecución:** Del 1 al 30 de septiembre de 2024

**Coste:** 200.000

**Aplicación presupuestaria:** Subconcepto 226.02

**Soporte:** Internet y exterior

**Difusión:** Nacional **Idioma:** Castellano

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

**Medidas accesibilidad:** Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos



## MINISTERIO DE INCLUSIÓN, SEGURIDAD SOCIAL Y MIGRACIONES

## SECRETARÍA GENERAL DE INCLUSIÓN

## INFORMACIÓN SOBRE EL INGRESO MÍNIMO VITAL

**Objetivo y sentido:** INFORMAR ACERCA DE LOS CAMBIOS REALIZADOS EN EL INGRESO MÍNIMO VITAL.

**Ejecución:** Plurianual **Periodo de ejecución:** Del 1 de mayo de 2024 al 30 de noviembre de 2025

**Coste:** 380.000 **Coste Plurianual:** 380.000

**Aplicación presupuestaria:** Subconcepto 226.02

**Soporte:** Radio e Internet

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

**Población objetivo de la campaña:** General

**Medidas accesibilidad:** Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

## MINISTERIO DE TRANSFORMACIÓN DIGITAL Y DE LA FUNCIÓN PÚBLICA

## SUBSECRETARÍA

## DIFUSIÓN Y VISIBILIZACIÓN DE LA AGENDA DIGITAL 2026

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

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

**Coste:** 3.000.000

**Aplicación presupuestaria:** Subconcepto 226.02

**Soporte:** A determinar

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

**Población objetivo de la campaña:** General

**Medidas accesibilidad:** Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos



## MINISTERIO DE TRANSFORMACIÓN DIGITAL Y DE LA FUNCIÓN PÚBLICA

## SECRETARÍA DE ESTADO DE TELECOMUNICACIONES E INFRAESTRUCTURAS DIGITALES

## A LA VANGUARDIA DE LA DIGITALIZACIÓN

**Objetivo y sentido:** DAR A CONOCER LOS AVANCES EN INFRAESTRUCTURAS DIGITALES APOYADOS A TRAVÉS DE LA SECRETARÍA DE ESTADO DE TELECOMUNICACIONES E INFRAESTRUCTURAS DIGITALES. DIFUNDIR LOS PROYECTOS INCLUIDOS EN EL PERTE CHIP, POSIBILIDADES DEL 5G ASÍ COMO PROMOCIONAR LAS ACCIONES QUE SE ESTÁN DESARROLLANDO DESDE EL PLAN "SPAIN AUDIOVISUAL HUB".

**Ejecución:** Plurianual

**Periodo de ejecución:** Del 1 de febrero de 2024 al 31 de diciembre de 2025

**Coste:** 330.000

**Coste Plurianual:** 330.000

**Aplicación presupuestaria:** Subconcepto 226.02

**Soporte:** A determinar

**Difusión:** Nacional

**Idioma:** Castellano

**Población objetivo de la campaña:** General

**Medidas accesibilidad:** Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

## LA DIGITALIZACIÓN EN EL ÁMBITO RURAL

**Objetivo y sentido:** MEDIANTE UN RECORRIDO POR LA ESPAÑA RURAL HACIENDO ENTREVISTAS, MOSTRAR LOS AVANCES RESPECTO A LA DIGITALIZACIÓN DE ESTAS ZONAS MEDIANTE LAS AYUDAS PUESTAS A DISPOSICIÓN POR PARTE DEL GOBIERNO.

**Ejecución:** Plurianual

**Periodo de ejecución:** Del 1 de febrero de 2024 al 31 de diciembre de 2025

**Coste:** 90.000

**Coste Plurianual:** 90.000

**Aplicación presupuestaria:** Subconcepto 226.02

**Soporte:** A determinar

**Difusión:** Nacional

**Idioma:** Castellano

**Población objetivo de la campaña:** General

**Medidas accesibilidad:** Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

## LAS FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES DE LA SETELECO

**Objetivo y sentido:** DIFUNDIR LOS PROGRAMAS Y ACTUACIONES PÚBLICAS EFECTUADAS POR SETELECO DE RELEVANCIA E INTERÉS SOCIAL.

**Ejecución:** Plurianual

**Periodo de ejecución:** Del 1 de febrero de 2024 al 31 de diciembre de 2025

**Coste:** 60.000

**Coste Plurianual:** 60.000

**Aplicación presupuestaria:** Subconcepto 226.02

**Soporte:** Internet

**Difusión:** Nacional

**Idioma:** Castellano

**Población objetivo de la campaña:** General

**Medidas accesibilidad:** Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos



## MINISTERIO DE TRANSFORMACIÓN DIGITAL Y DE LA FUNCIÓN PÚBLICA

## SECRETARÍA DE ESTADO DE TELECOMUNICACIONES E INFRAESTRUCTURAS DIGITALES

## APLICACIONES DEL 5G – FOMENTO DE LA DEMANDA

**Objetivo y sentido:** MEDIANTE EJEMPLOS VISUALES, MOSTRAR LAS DIFERENTES APLICACIONES DEL 5G (TANTO INDUSTRIALES COMO A NIVEL USUARIO) PARA DAR A CONOCER LA UTILIDAD E IMPORTANCIA DE ESTA TECNOLOGÍA Y FOMENTAR SU DEMANDA.

**Ejecución:** Plurianual

**Período de ejecución:** Del 1 de febrero de 2024 al 31 de diciembre de 2025

**Coste:** 20.000

**Coste Plurianual:** 20.000

**Aplicación presupuestaria:** Subconcepto 226.02

**Soporte:** A determinar

**Difusión:** Nacional

**Idioma:** Castellano

**Población objetivo de la campaña:** General

**Medidas accesibilidad:** Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos



INSTITUTO NACIONAL DE CIBERSEGURIDAD

## INSTITUTO NACIONAL DE CIBERSEGURIDAD DE ESPAÑA, S.A. (INCIBE)

## DIFUSIÓN DE SERVICIOS PÚBLICOS Y CONCIENCIACIÓN EN CIBERSEGURIDAD PARA CIUDADANOS Y EMPRESAS 2024

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

**Ejecución:** Anual

**Período de ejecución:** Del 1 de enero al 31 de diciembre de 2024

**Coste:** 5.998.151

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

**Soporte:** Televisión, radio, prensa, revistas, Internet, exterior, marketing: SEM y otras herramientas (acciones especiales en TV)

**Difusión:** Nacional

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

**Evaluación:** Postest

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

**Medidas accesibilidad:** Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

## MINISTERIO DE TRANSFORMACIÓN DIGITAL Y DE LA FUNCIÓN PÚBLICA

red.es

RED.es

## KIT DIGITAL

**Objetivo y sentido:** PONER EN CONOCIMIENTO DE LOS POTENCIALES BENEFICIARIOS EL PROGRAMA DE AYUDAS, CON EL FIN DE ESTIMULAR LA DEMANDA DE SOLUCIONES DE DIGITALIZACIÓN POR PARTE DE PYMES, MICROPYMES Y AUTÓNOMOS DE UNA MANERA DIRECTA Y PERSUASIVA. EL SENTIDO DE LA CAMPAÑA ES IMPULSAR LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL DE LAS PYMES Y AUTÓNOMOS ESPAÑOLES MEDIANTE LA SUBVENCIÓN DE LA IMPLANTACIÓN DE UNA O VARIAS SOLUCIONES DIGITALES DISPONIBLES EN EL MERCADO PARA CONSEGUIR UN AVANCE SIGNIFICATIVO EN EL NIVEL DE MADUREZ DIGITAL.

**Ejecución:** Plurianual**Periodo de ejecución:** Del 1 de febrero de 2022 al 31 de diciembre de 2025**Coste:** 2.560.000**Coste Plurianual:** 8.098.468**Aplicación presupuestaria:** Entidad Pública Empresarial. Su presupuesto no se ajusta a la clasificación económica de la AGE**Soporte:** A determinar**Difusión:** Nacional**Idioma:** Castellano, catalán, gallego, euskera y valenciano**Población objetivo de la campaña:** General y empresarios**Medidas accesibilidad:** Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

## INICIATIVAS DE IMPORTANCIA ESTRATÉGICA NUEVA SENDA FEDER

**Objetivo y sentido:** PONER EN CONOCIMIENTO DE LOS DISTINTOS PÚBLICOS OBJETIVO, LAS INICIATIVAS LIDERADAS POR RED.es EN EL MARCO DEL PROGRAMA OPERATIVO PLURIRREGIONAL DE ESPAÑA (POPE) Y EN FUNCIÓN DE LAS OPERACIONES DE IMPORTANCIA ESTRATÉGICAS DEFINIDAS.

**Ejecución:** Plurianual**Periodo de ejecución:** Del 1 de febrero de 2024 al 31 de diciembre de 2027**Coste:** 1.600.000**Coste Plurianual:** 2.600.000**Aplicación presupuestaria:** Entidad Pública Empresarial. Su presupuesto no se ajusta a la clasificación económica de la AGE**Soporte:** A determinar**Difusión:** Nacional**Idioma:** Castellano, catalán, gallego, euskera y valenciano**Población objetivo de la campaña:** General**Medidas accesibilidad:** Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

## MINISTERIO DE JUVENTUD E INFANCIA

## SECRETARÍA DE ESTADO DE JUVENTUD E INFANCIA

## LA DIGITALIZACIÓN Y EL USO DE PANTALLAS ENTRE PERSONAS MENORES

**Objetivo y sentido:** CONCIENCIAR SOBRE EL USO DE DISPOSITIVOS DIGITALES ENTRE NIÑAS, NIÑOS Y ADOLESCENTES.

**Ejecución:** Anual**Periodo de ejecución:** Del 1 de febrero al 31 de diciembre de 2024**Coste:** 2.420.000**Aplicación presupuestaria:** Capítulo 2**Soporte:** Televisión, radio, prensa, revistas, Internet, exterior y otras herramientas: redes sociales propias**Difusión:** Nacional**Idioma:** Castellano, catalán, gallego, euskera, valenciano e inglés**Evaluación:** Postest**Población objetivo de la campaña:** General, estudiantes e infantil/juvenil**Medidas accesibilidad:** Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos



## MINISTERIO DE JUVENTUD E INFANCIA

## SECRETARÍA DE ESTADO DE JUVENTUD E INFANCIA

## CONCIENCIACIÓN MEDIOAMBIENTAL ENTRE JÓVENES

**Objetivo y sentido:** PROMOVER LA IMPLICACIÓN DE LA CIUDADANÍA EN EL CUIDADO DEL MEDIOAMBIENTE DESDE LAS EDADES MÁS TEMPRANAS, PARA HACER FRENTE A LA CRISIS CLIMÁTICA.

**Ejecución:** Plurianual **Periodo de ejecución:** Del 1 de febrero de 2024 al 31 de diciembre de 2025

**Coste:** 1.300.000 **Coste Plurianual:** 1.300.000

**Aplicación presupuestaria:** Capítulo 2

**Soporte:** Televisión, radio, prensa, revistas, Internet, exterior y otras herramientas: redes sociales propias

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

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

**Medidas accesibilidad:** Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

## EL IMPACTO DE LA POBREZA EN PERSONAS MENORES

**Objetivo y sentido:** SENSIBILIZAR E INFORMAR ACERCA DE LA POBREZA INFANTIL, DADO QUE ESPAÑA ESTÁ A LA COLA DE LA U.E. EN NIVELES DE POBREZA INFANTIL.

**Ejecución:** Anual **Periodo de ejecución:** Del 1 de febrero al 31 de diciembre de 2024

**Coste:** 1.300.000

**Aplicación presupuestaria:** Capítulo 2

**Soporte:** Televisión, radio, prensa, revistas, Internet, exterior y otras herramientas: redes sociales propias

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

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

**Medidas accesibilidad:** Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

## DIRECCIÓN GENERAL DE DERECHOS DE LA INFANCIA Y LA ADOLESCENCIA

## SENSIBILIZACIÓN CONTRA LA VIOLENCIA HACIA LA INFANCIA Y LA ADOLESCENCIA

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

**Ejecución:** Plurianual **Periodo de ejecución:** Del 1 de febrero de 2024 al 31 de diciembre de 2025

**Coste:** 1.300.000 **Coste Plurianual:** 1.300.000

**Aplicación presupuestaria:** Subconcepto 226.02

**Soporte:** Televisión, radio, prensa, revistas, Internet, exterior y otras herramientas: redes sociales propias

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

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

**Medidas accesibilidad:** Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos



## MINISTERIO DE JUVENTUD E INFANCIA

injuve

## INSTITUTO DE LA JUVENTUD

## EURODESK

**Objetivo y sentido:** DIFUSIÓN DE LA RED DE INFORMACIÓN JUVENIL EURODESK ENTRE LA JUVENTUD ESPAÑOLA. EURODESK OFRECE UN SERVICIO INTEGRAL DE INFORMACIÓN Y ORIENTACIÓN A LOS JÓVENES: DIFUNDIR OPORTUNIDADES SOBRE MOVILIDAD EUROPEA PARA EL APRENDIZAJE, PROMOCIONAR CONTENIDOS INFORMATIVOS DE INTERÉS JUVENIL Y RESOLVER LAS CONSULTAS INDIVIDUALES QUE LOS JÓVENES PLANTEEN.

**Ejecución:** Anual

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

**Coste:** 25.000

**Aplicación presupuestaria:** Subconcepto 226.02

**Soporte:** Internet

**Difusión:** Nacional

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

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

**Medidas accesibilidad:** Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

## Anexo IV: Relación de campañas comerciales 2024

MINISTERIO DE LA PRESIDENCIA, JUSTICIA Y RELACIONES CON LAS CORTES	
	<b>BOLETÍN OFICIAL DEL ESTADO</b>
<b>SERVICIOS Y PRODUCTOS DE LA AGENCIA ESTATAL BOLETÍN OFICIAL DEL ESTADO</b>	
<b>Objetivo y sentido:</b> PROMOCIÓN DE LOS SERVICIOS Y PRODUCTOS QUE LA AGENCIA ESTATAL BOE OFRECE A LOS CIUDADANOS.	
<b>Ejecución:</b> Anual	<b>Periodo de ejecución:</b> Del 15 de enero al 30 de junio de 2024 y del 1 de septiembre al 31 de diciembre de 2024
<b>Coste:</b> 80.000	
<b>SopORTE:</b> Internet, marketing y relaciones públicas	
<b>Difusión:</b> Nacional	
<b>Población objetivo de la campaña:</b> General, estudiantes y trabajadores	
<b>Medidas accesibilidad:</b> Subtitulación	

MINISTERIO DE HACIENDA	
	<b>COMPAÑÍA ESPAÑOLA DE TABACO EN RAMA, S.A. (CETARSA - SEPI)</b>
<b>INSERCIONES PRENSA</b>	
<b>Objetivo y sentido:</b> DIFUSIÓN INFORMATIVA SOBRE EL SECTOR.	
<b>Ejecución:</b> Anual	<b>Periodo de ejecución:</b> Del 1 de enero al 31 de diciembre de 2024
<b>Coste:</b> 19.600	
<b>SopORTE:</b> Prensa y revistas	
<b>Difusión:</b> Regional	<b>Idioma:</b> Castellano
<b>Población objetivo de la campaña:</b> General	

	<b>CORPORACIÓN RTVE (SEPI)</b>
<b>DIVULGACIÓN DE VALORES DE RTVE Y PROMOCION DE MARCAS, PRODUCTOS Y PROGRAMAS DE LA CORPORACIÓN RTVE</b>	
<b>Objetivo y sentido:</b> TRASLADAR LOS VALORES DE LA CORPORACIÓN Y SU CARÁCTER PÚBLICO, ASÍ COMO DIFUNDIR AFICIONES, PRODUCTOS Y PROGRAMAS DE TVE, RNE, RTVE.es, INSTITUTO RTVE, ORQUESTA Y CORO RTVE Y PLAY, ASOCIÁNDOLES A ACCIONES CULTURALES DE INTERÉS.	
<b>Ejecución:</b> Anual	<b>Periodo de ejecución:</b> Del 1 de enero al 31 de diciembre de 2024
<b>Coste:</b> 3.906.352	
<b>SopORTE:</b> A determinar	
<b>Difusión:</b> Nacional	<b>Idioma:</b> Castellano, catalán, gallego, euskera, valenciano e inglés
<b>Población objetivo de la campaña:</b> General	
<b>Medidas accesibilidad:</b> Subtitulación	

## MINISTERIO DE HACIENDA



## ENSA EQUIPOS NUCLEARES, S.A. (SEPI)

## ANUNCIOS ESPECIALIZADOS EN EL SECTOR NUCLEAR

**Objetivo y sentido:** VISIBILIDAD DE LA ACTIVIDAD COMERCIAL DE ENSA.

**Ejecución:** Anual

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

**Coste:** 45.800

**SopORTE:** A determinar

**Difusión:** Nacional

**Idioma:** Castellano

**Población objetivo de la campaña:** General

**Medidas accesibilidad:** Subtitulación



## ENUSA INDUSTRIAS AVANZADAS, S.A. (SEPI)

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

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

**Ejecución:** Anual

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

**Coste:** 66.000

**SopORTE:** Radio, prensa y revistas

**Difusión:** Nacional

**Idioma:** Castellano

**Evaluación:** Postest

**Población objetivo de la campaña:** General y trabajadores

**Medidas accesibilidad:** Subtitulación



Real Casa de la Moneda  
Fábrica Nacional  
de Moneda y Timbre

FÁBRICA NACIONAL DE MONEDA Y TIMBRE  
REAL CASA DE LA MONEDA

## MONEDAS DE COLECCIÓN AÑO 2024

**Objetivo y sentido:** PROMOCIÓN DE LAS MONEDAS DE COLECCIÓN AÑO 2024.

**Ejecución:** Anual

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

**Coste:** 1.210.000

**SopORTE:** Prensa, revistas e Internet

**Difusión:** Nacional

**Idioma:** Castellano

**Población objetivo de la campaña:** General

**Medidas accesibilidad:** Subtitulación

## MINISTERIO DE HACIENDA

Real Casa de la Moneda  
Fábrica Nacional de Moneda y TimbreFÁBRICA NACIONAL DE MONEDA Y TIMBRE  
REAL CASA DE LA MONEDA

## ETIQUETAS

**Objetivo y sentido:** PROMOCIÓN DE ETIQUETAS DE DENOMINACIÓN DE ORIGEN.**Ejecución:** Anual**Periodo de ejecución:** Del 1 de enero al 31 de diciembre de 2024**Coste:** 1.960**SopORTE:** Revistas**Difusión:** Nacional**Idioma:** Castellano**Población objetivo de la campaña:** General

FUNDACIÓN SEPI F.S.P.

## FUNDACIÓN SEPI

## ACCIONES DE COMUNICACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE LA FUNDACIÓN

**Objetivo y sentido:** PROMOCIÓN DE LOS PROGRAMAS DE LA FUNDACIÓN Y DE SUS INSTALACIONES.**Ejecución:** Anual**Periodo de ejecución:** A determinar**Coste:** 41.000**SopORTE:** A determinar**Difusión:** Nacional**Idioma:** Castellano**Población objetivo de la campaña:** General**Medidas accesibilidad:** Subtitulación

grupohunosa

## GRUPO HUNOSA (SEPI)

## INSERCIONES PUNTUALES EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN.

**Objetivo y sentido:** PROMOCIÓN COMERCIAL DE PRODUCTOS Y SERVICIOS DE HUNOSA.**Ejecución:** Anual**Periodo de ejecución:** Del 1 de enero al 31 de diciembre de 2024**Coste:** 90.000**SopORTE:** Televisión, radio, prensa e Internet**Difusión:** Regional**Idioma:** Castellano**Población objetivo de la campaña:** General y empresarios**Medidas accesibilidad:** Subtitulación

## MINISTERIO DE HACIENDA



## HIPÓDROMO DE LA ZARZUELA (SEPI)

## HIPÓDROMO DE LA ZARZUELA, UN GRAN ESPECTÁCULO DEPORTIVO

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

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

**Coste:** 300.000

**Soporte:** A determinar

**Difusión:** Autonómica **Idioma:** Castellano

**Población objetivo de la campaña:** General

**Medidas accesibilidad:** Subtitulación



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

## MINAS DE ALMADÉN - DONDE LA CULTURA ES EMOCIÓN

**Objetivo y sentido:** INCREMENTAR EL CONOCIMIENTO DEL ÁREA DE TURISMO Y CULTURA AUMENTANDO SU RECONOCIMIENTO Y RELEVANCIA DE MARCA Y POSICIONANDO LA NUEVA LÍNEA DE SERVICIOS Y PRODUCTOS TURÍSTICOS CULTURALES ASOCIADOS A PATRIMONIO MUNDIAL Y SELLO EUROPEO DE PATRIMONIO.

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

**Coste:** 70.000

**Soporte:** Televisión, radio, prensa, revistas, Internet, marketing, relaciones públicas y otras herramientas

**Difusión:** Nacional **Idioma:** Castellano

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

**Medidas accesibilidad:** Subtitulación



## NAVANTIA (SEPI)

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

**Objetivo y sentido:** MANTENER LA PRESENCIA DE NAVANTIA COMO EMPRESA LÍDER EN CONSTRUCCIÓN NAVAL EN EL MUNDO Y COMO UNA EMPRESA TECNOLÓGICA Y SOSTENIBLE, CONSOLIDANDO EL SECTOR EÓLICO MARINO.

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

**Coste:** 419.730

**Soporte:** Prensa, revistas e Internet

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

**Población objetivo de la campaña:** General, empresarios y sector defensa

**Medidas accesibilidad:** Subtitulación

## MINISTERIO DE HACIENDA

SEPI DESARROLLO EMPRESARIAL, S.A.  
(SEPIDES)

## PROYECTOS DE DIFUSIÓN Y POSICIONAMIENTO

**Objetivo y sentido:** DIFUNDIR Y DAR A CONOCER LA CARTERA INMOBILIARIA Y VEHÍCULOS E INSTRUMENTOS DE FINANCIACIÓN DEL GRUPO SEPIDES.

**Ejecución:** Anual

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

**Coste:** 50.500

**Soporte:** Prensa, revistas e Internet

**Difusión:** Autonómica

**Idioma:** Castellano

**Población objetivo de la campaña:** General y empresarios

**Medidas accesibilidad:** Subtitulación

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

## CAMPAÑAS DE PRODUCTOS Y SERVICIOS EN OFICINAS Y NEGOCIO DIGITAL

**Objetivo y sentido:** FOMENTAR LA VENTA Y CONTRATACIÓN DE LOS DIFERENTES PRODUCTOS Y SERVICIOS DE LA COMPAÑÍA EN LAS OFICINAS Y CANALES ONLINE.

**Ejecución:** Anual

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

**Coste:** 13.600.000

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

**Difusión:** Nacional

**Idioma:** Castellano

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

**Medidas accesibilidad:** Subtitulación

## ACUERDOS DE COLABORACIÓN 2024

**Objetivo y sentido:** DIFUSIÓN Y EXPLOTACIÓN DE LOS DIFERENTES ACUERDOS Y ACTIVACIONES PUBLICITARIAS. APOYO A LA CONSECUCCIÓN DE OBJETIVOS COMERCIALES. SOPORTE A LAS DIFERENTES UNIDADES DE NEGOCIO.

**Ejecución:** Anual

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

**Coste:** 1.675.850

**Soporte:** Relaciones públicas y otras herramientas: eventos deportivos y culturales, jornadas, foros, mesas, etc.

**Difusión:** Nacional

**Idioma:** Castellano

**Población objetivo de la campaña:** General y empresarios

**Medidas accesibilidad:** Subtitulación

## MINISTERIO DE HACIENDA

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

## ACCIONES DE COMUNICACIÓN Y POSICIONAMIENTO DE MARCA

**Objetivo y sentido:** REFORZAR EL POSICIONAMIENTO DE CORREOS COMO OPERADOR LOGÍSTICO LÍDER DEL MERCADO E INCREMENTAR LA NOTORIEDAD DE LA MARCA.

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

**Coste:** 605.000

**SopORTE:** Radio, prensa, Internet, exterior y cine

**Difusión:** Nacional **Idioma:** Castellano

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

**Medidas accesibilidad:** Subtitulación



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

## JUEGOS ACTIVOS Y PASIVOS (EUROMILLONES, LA PRIMITIVA, LOTOS, APUESTAS DEPORTIVAS, LOTERÍA NACIONAL Y SORTEOS DE NAVIDAD Y EL NIÑO)

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

**Ejecución:** Anual **Periodo de ejecución:** De 1 de enero al 31 de diciembre de 2024

**Coste:** 45.754.300

**SopORTE:** Televisión, radio, prensa, revistas, Internet y Exterior

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

**Población objetivo de la campaña:** General

**Medidas accesibilidad:** Subtitulación



## TRAGSA (SEPI)

## PUBLICIDAD Y COMUNICACIÓN DE TRAGSA

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

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

**Coste:** 143.617

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

**Difusión:** Nacional **Idioma:** Castellano

**Población objetivo de la campaña:** Administraciones públicas

**Medidas accesibilidad:** Subtitulación

## MINISTERIO DE TRANSPORTES Y MOVILIDAD SOSTENIBLE



## AENA SME, S.A.

## CAMPAÑA DE POSICIONAMIENTO DE MARCA

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

**Ejecución:** Anual

**Periodo de ejecución:** De 1 de enero al 31 de diciembre de 2024

**Coste:** 13.310.000

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

**Difusión:** Nacional

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

**Evaluación:** Pretest y postest

**Población objetivo de la campaña:** General

**Medidas accesibilidad:** Subtitulación

## MARKETING COMERCIAL: "UN CENTRO COMERCIAL CON AEROPUERTO"

**Objetivo y sentido:** PUESTA EN VALOR DE LA OFERTA COMERCIAL PARA LOGRAR UN CAMBIO DE PERCEPCIÓN EN EL PASAJERO HACIENDO QUE SE SIENTA REALMENTE EN UN CENTRO COMERCIAL.

**Ejecución:** Anual

**Periodo de ejecución:** De 1 de enero al 31 de diciembre de 2024

**Coste:** 990.000

**Soporte:** Radio e Internet

**Difusión:** Nacional

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

**Evaluación:** Pretest y postest

**Población objetivo de la campaña:** General

**Medidas accesibilidad:** Subtitulación



## CENTRO NACIONAL DE INFORMACIÓN GEOGRÁFICA (CNIG)

## DIFUSIÓN DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS DEL IGN Y CNIG

**Objetivo y sentido:** PROMOCIÓN DE LOS PRODUCTOS DEL INSTITUTO GEOGRÁFICO NACIONAL Y DEL O.A. CENTRO NACIONAL DE INFORMACIÓN GEOGRÁFICA.

**Ejecución:** Anual

**Periodo de ejecución:** De 1 de enero al 31 de diciembre de 2024

**Coste:** 19.228

**Soporte:** Revistas e Internet

**Difusión:** Nacional

**Idioma:** Castellano

**Población objetivo de la campaña:** General

**Medidas accesibilidad:** Subtitulación y audiodescripción

## MINISTERIO DE TRANSPORTES Y MOVILIDAD SOSTENIBLE

ENAIRe

## INSERCIONES PUBLICITARIAS GENÉRICAS DE ENAIRe

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

**Ejecución:** Anual**Periodo de ejecución:** Del 1 de enero al 31 de diciembre de 2024**Coste:** 145.200**Soporte:** Prensa, revistas e Internet**Difusión:** Nacional**Idioma:** Castellano**Población objetivo de la campaña:** General**Medidas accesibilidad:** Subtitulación y audiodescripción

INGENIERÍA Y ECONOMÍA DEL TRANSPORTE, S.A. (INECO)

## UN NUEVO IMPULSO

**Objetivo y sentido:** POSICIONAMIENTO DE MARCA EN SECTORES ESTRATÉGICOS.

**Ejecución:** Anual**Periodo de ejecución:** De 1 de enero al 31 de diciembre de 2024**Coste:** 60.000**Soporte:** Prensa, revistas, marketing digital y relaciones públicas**Difusión:** Internacional**Idioma:** Castellano e inglés**Población objetivo de la campaña:** General

Puertos del Estado



PUERTOS DEL ESTADO

## REFUERZO DE LA ESTRATEGIA COMERCIAL DE LOS PUERTOS ESPAÑOLES

**Objetivo y sentido:** REFORZAR LA PRESENCIA DE PUERTOS DEL ESTADO Y LOS PUERTOS DEL SISTEMA ESTATAL EN FERIAS NACIONALES E INTERNACIONALES DE LOS PRINCIPALES SECTORES DE ACTIVIDAD EN LAS QUE PARTICIPA (LOGÍSTICA Y CRUCEROS/TURISMO), PARA PONER EN VALOR A LOS PUERTOS ESPAÑOLES COMO LA MEJOR OPCIÓN PARA TODO TIPO DE TRÁFICOS Y NEGOCIOS.

**Ejecución:** Anual**Periodo de ejecución:** De 1 de enero al 31 de diciembre de 2024**Coste:** 54.000**Soporte:** Radio, prensa, revistas e Internet**Difusión:** Internacional**Idioma:** Castellano**Población objetivo de la campaña:** Sector logístico y empresarial**Medidas accesibilidad:** Subtitulación y audiodescripción

## MINISTERIO DE TRANSPORTES Y MOVILIDAD SOSTENIBLE

Puertos del Estado



### PUERTOS DEL ESTADO

#### CAMPAÑA "LOS PUERTOS NOS DAN FORMA"

**Objetivo y sentido:** RESALTAR LAS VENTAJAS COMPETITIVAS DEL SISTEMA PORTUARIO ESTATAL Y CÓMO LOS PUERTOS ESPAÑOLES SON PIEZA CLAVE EN LA CADENA LOGÍSTICA MUNDIAL Y PARA EL COMERCIO Y TURISMO NACIONAL, CON EL OBJETIVO DE IMPULSAR LA CIFRA DE NEGOCIO DE LOS PUERTOS.

**Ejecución:** Anual **Periodo de ejecución:** De 1 de enero al 31 de diciembre de 2024

**Coste:** 46.000

**SopORTE:** Radio, Prensa, Revistas e Internet

**Difusión:** Nacional

**Idioma:** Castellano

**Población objetivo de la campaña:** General

**Medidas accesibilidad:** Subtitulación y Audiodescripción



### RENFE OPERADORA

#### INICIATIVAS COMERCIALES

**Objetivo y sentido:** DAR A CONOCER LAS FRECUENCIAS, NUEVOS DESTINOS, NUEVOS TRENES INCORPORADOS Y LOS SERVICIOS NUEVOS.

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

**Coste:** 8.000.000

**SopORTE:** Radio, prensa, Internet y exterior

**Difusión:** Internacional

**Idioma:** Castellano, catalán, gallego y francés

**Evaluación:** Postest

**Población objetivo de la campaña:** General

**Medidas accesibilidad:** Subtitulación y audiodescripción

#### CAMPAÑA CORPORATIVA

**Objetivo y sentido:** DESTACAR LOS VALORES DE RENFE Y SU DIFERENCIACIÓN DE LA COMPETENCIA.

**Ejecución:** Anual **Periodo de ejecución:** Del 1 de enero al 31 de marzo de 2024 y del 1 de septiembre al 31 de diciembre de 2024

**Coste:** 6.000.000

**SopORTE:** Televisión, radio, Internet y exterior

**Difusión:** Nacional

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

**Evaluación:** Postest

**Población objetivo de la campaña:** General

**Medidas accesibilidad:** Subtitulación y audiodescripción

#### INFORMACIÓN DE SERVICIOS ALTERNATIVOS DE TRANSPORTE POR OBRAS Y PUESTAS EN SERVICIO

**Objetivo y sentido:** INFORMAR A LOS USUARIOS DE LOS SERVICIOS DE TRANSPORTE ALTERNATIVO EN CASO DE OBRAS Y NUEVAS PUESTAS EN SERVICIO.

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

**Coste:** 2.700.000

**SopORTE:** Radio, prensa, Internet y exterior

**Difusión:** Nacional

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

**Evaluación:** Postest

**Población objetivo de la campaña:** General

**Medidas accesibilidad:** Subtitulación y audiodescripción

## MINISTERIO DE INDUSTRIA Y TURISMO

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

## LÍNEAS ENISA

**Objetivo y sentido:** DIFUSIÓN DE LAS LÍNEAS DE FINANCIACIÓN DIRIGIDAS A PYMES Y EMPRENDEDORES. VISIBILIDAD DE LA MARCA ENISA.

**Ejecución:** Plurianual

**Periodo de ejecución:** A determinar

**Coste:** 510.000

**Coste Plurianual:** 1.530.000

**Soporte:** Radio e Internet

**Difusión:** Nacional

**Idioma:** Castellano

**Evaluación:** Pretest y postest

**Población objetivo de la campaña:** Empresarios

**Medidas accesibilidad:** Subtitulación



## ESCUELA DE ORGANIZACIÓN INDUSTRIAL (EOI)

## CAPTACIÓN PROGRAMAS GENERACIÓN D (SEDIA)

**Objetivo y sentido:** CAPTACIÓN DE ALUMNOS Y BENEFICIARIOS DE LOS PROGRAMAS "GENERACIÓN D".

**Ejecución:** Anual

**Periodo de ejecución:** De 1 de enero al 31 de diciembre de 2024

**Coste:** 2.100.000

**Soporte:** Radio, prensa, Internet y exterior

**Difusión:** Nacional

**Idioma:** Castellano

**Evaluación:** Postest

**Población objetivo de la campaña:** Empresarios, trabajadores y desempleados

**Medidas accesibilidad:** Subtitulación

**Observaciones:** Campaña y programa financiados con fondos europeos a través del Ministerio de Transformación Digital

## CAPTACIÓN PROGRAMAS ACTIVA PRTR

**Objetivo y sentido:** CAPTACIÓN DE ALUMNOS Y BENEFICIARIOS DE LOS PROGRAMAS ACTIVA STARTUP, ACTIVA INDUSTRIA, ACTIVA CIBERSEGURIDAD, ACTIVA CRECIMIENTO.

**Ejecución:** Anual

**Periodo de ejecución:** De 1 de enero al 31 de diciembre de 2024

**Coste:** 1.600.000

**Soporte:** Radio, prensa, Internet y exterior

**Difusión:** Nacional

**Idioma:** Castellano

**Evaluación:** Postest

**Población objetivo de la campaña:** Empresarios, estudiantes y trabajadores

**Medidas accesibilidad:** Subtitulación

**Observaciones:** Campaña financiada con fondos europeos

## MINISTERIO DE INDUSTRIA Y TURISMO



## ESCUELA DE ORGANIZACIÓN INDUSTRIAL (EOI)

## COMERCIALIZACIÓN CURSO ACADÉMICO 2024

**Objetivo y sentido:** CAPTACIÓN DE ALUMNOS DE POSGRADO, EXECUTIVE EDUCATION E INCOMPANY DE EOI.

**Ejecución:** Anual **Periodo de ejecución:** De 1 de enero al 31 de diciembre de 2024

**Coste:** 600.000

**Soporte:** Radio, prensa, Internet, exterior y relaciones públicas

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

**Población objetivo de la campaña:** Empresarios, estudiantes y trabajadores

**Medidas accesibilidad:** Subtitulación

## CAPTACIÓN PROGRAMA ACELERA STARTUP PRTR

**Objetivo y sentido:** CAPTACIÓN DE ALUMNOS Y BENEFICARIOS DE LOS PROGRAMAS PARA STARTUP Y EMPRENDIMIENTO.

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

**Coste:** 420.000

**Soporte:** Radio, prensa, Internet, exterior y relaciones públicas

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

**Población objetivo de la campaña:** Empresarios

**Medidas accesibilidad:** Subtitulación

**Observaciones:** Campaña financiada con fondos europeos

## CAPTACIÓN ALUMNOS FSE+

**Objetivo y sentido:** CAPTACIÓN DE ALUMNOS FSE+ DE GARANTÍA JUVENIL, CURSOS PARA TRABAJADORES Y PARTICIPANTES EN PROGRAMAS DE EMPRENDIMIENTO.

**Ejecución:** Anual **Periodo de ejecución:** De 1 de enero al 31 de diciembre de 2024

**Coste:** 350.000

**Soporte:** Radio, prensa, Internet, exterior y relaciones públicas

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

**Población objetivo de la campaña:** Estudiantes, trabajadores y desempleados

**Medidas accesibilidad:** Subtitulación

**Observaciones:** Campaña financiada por fondos europeos.

## MINISTERIO DE INDUSTRIA Y TURISMO



## INSTITUTO DE TURISMO DE ESPAÑA (TURESPAÑA)

## CAMPAÑAS INTERNACIONALES DE TURESPAÑA EN 2024

**Objetivo y sentido:** UNA VEZ CONSEGUIDA LA RECUPERACIÓN DE LOS VIAJES A NIVELES PREVIOS A LA PANDEMIA, EL OBJETIVO PARA EL 2024 ES EL DE PROMOVER LOS VIAJES DE TURISTAS EXTRANJEROS A DESTINOS ESPAÑOLES, SELECCIONANDO LOS SOPORTES ADECUADOS, QUE PERMITAN ACCEDER A LOS MERCADOS QUE MÁS PUEDEN CONTRIBUIR A LA EMISIÓN DE UN TURISMO MÁS RENTABLE Y QUE MEJOR CONTRIBUYA A LA SOSTENIBILIDAD DE LOS DESTINOS ESPAÑOLES.

**Ejecución:** Anual

**Periodo de ejecución:** De 1 de enero al 31 de diciembre de 2024

**Coste:** 8.075.000

**Saporte:** Prensa, revistas, Internet y otras herramientas

**Difusión:** Internacional **Idioma:** Castellano, inglés, francés, alemán, italiano, portugués, neerlandés, polaco, sueco, noruego, danés y finés

**Población objetivo de la campaña:** General

**Medidas accesibilidad:** Subtitulación



## PARADORES DE TURISMO DE ESPAÑA (GRUPO PATRIMONIO)

## VALORES, ATRIBUTOS Y EXPERIENCIAS DE PARADORES

**Objetivo y sentido:** DAR A CONOCER LA SINGULARIDAD DE LA OFERTA DE PARADORES Y GENERAR VENTAS EN SUS DISTINTOS PÚBLICOS, AL TIEMPO QUE SE PONEN EN VALOR LOS ATRIBUTOS DIFERENCIALES Y POSITIVOS DE LA MARCA.

**Ejecución:** Anual

**Periodo de ejecución:** De 1 de enero al 31 de diciembre de 2024

**Coste:** 3.778.900

**Saporte:** Radio, prensa, revistas e Internet

**Difusión:** Nacional

**Idioma:** Castellano

**Población objetivo de la campaña:** General

**Medidas accesibilidad:** Subtitulación y audiodescripción

## MINISTERIO DE AGRICULTURA, PESCA Y ALIMENTACIÓN

EXPASA AGRICULTURA Y GANADERÍA S.M.E., S.A.  
(GRUPO PATRIMONIO)

## VISITA A LAS INSTALACIONES DE EXPASA

**Objetivo y sentido:** DIFUNDIR Y ATRAER PÚBLICO AL PROGRAMA DE VISITAS DE LAS INSTALACIONES.

**Ejecución:** Anual

**Periodo de ejecución:** Del 1 de febrero al 31 de diciembre de 2024

**Coste:** 24.424

**Saporte:** Prensa, revistas, Internet y otras herramientas

**Difusión:** Nacional

**Idioma:** Castellano

**Población objetivo de la campaña:** General

**Medidas accesibilidad:** Subtitulación

## MINISTERIO PARA LA TRANSICIÓN ECOLÓGICA Y EL RETO DEMOGRÁFICO



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

#### CULTURA INCANDESCENTE

**Objetivo y sentido:** INCREMENTAR LA VISIBILIDAD DE LA NUEVA INSTALACIÓN, QUE CUMPLIRÁ EN MARZO SU PRIMER AÑO DE APERTURA, REFORZANDO SU POSICIONAMIENTO, ESPECIALMENTE ENTRE LOS MÁS JÓVENES, MOSTRANDO SU ATRACTIVO COMO NUEVO ESPACIO ABIERTO A LA CIUDADANÍA Y DIFUNDIENDO SU AMPLIA Y VARIADA PROGRAMACIÓN CULTURAL.

**Ejecución:** Anual

**Periodo de ejecución:** Del 1 de marzo al 31 de diciembre de 2024

**Coste:** 70.000

**Soporte:** A determinar

**Difusión:** Nacional

**Idioma:** Castellano

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

**Medidas accesibilidad:** Subtitulación

#### ACTIVIDAD DE CIUDEN VIVERO

**Objetivo y sentido:** ACERCAR AL PÚBLICO DE LA PROVINCIA LA ACTIVIDAD DESARROLLADA POR EL VIVERO, OFRECIENDO INFORMACIÓN SOBRE LAS POSIBILIDADES DE INTERACTUACIÓN EN EL MARCO DE LAS ACTIVIDADES PROMOVIDAS Y REALIZADAS DESDE LA ENTIDAD.

**Ejecución:** Anual

**Periodo de ejecución:** Del 1 de marzo al 30 de noviembre de 2024

**Coste:** 18.000

**Soporte:** Televisión, radio, prensa e Internet

**Difusión:** Provincial

**Idioma:** Castellano

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

**Medidas accesibilidad:** Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

#### EXPOSICIÓN DE LÁMPARAS MINERAS

**Objetivo y sentido:** DIFUNDIR LA ACTIVIDAD CULTURAL PROMOVIDA DESDE EL MUSEO CON EL OBJETIVO DE DARLA A CONOCER Y CAPTAR VISITANTES. CONCRETAMENTE SE CENTRará EN LA EXPOSICIÓN SOBRE LÁMPARAS MINERAS, ELEMENTO REPRESENTATIVO E ICÓNICO DEL PATRIMONIO DE LAS CUENCAS MINERAS.

**Ejecución:** Anual

**Periodo de ejecución:** Del 1 de julio al 31 de diciembre de 2024

**Coste:** 18.000

**Soporte:** Televisión, radio, prensa e Internet

**Difusión:** Provincial

**Idioma:** Castellano

**Población objetivo de la campaña:** General

**Medidas accesibilidad:** Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos



## MINISTERIO PARA LA TRANSICIÓN ECOLÓGICA Y EL RETO DEMOGRÁFICO



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

#### DINAMIZ-ARTj

**Objetivo y sentido:** PONER EN VALOR LA IMAGEN DE MARCA, LA PROGRAMACIÓN Y LA ACTIVIDAD GENERADA POR EL PROGRAMA CULTURAL DINAMIZ-ARTj, ENFOCADO A ZONAS DE TRANSICIÓN JUSTA.

**Ejecución:** Anual

**Periodo de ejecución:** Del 1 de mayo al 31 de diciembre de 2024

**Coste:** 17.000

**SopORTE:** A determinar

**Difusión:** Nacional

**Idioma:** Castellano

**Población objetivo de la campaña:** General

**Medidas accesibilidad:** Subtitulación

**Observaciones:** En esta actuación se tendrán también en cuenta los beneficiarios principales del programa, artistas o agrupaciones artísticas, así como los 197 ayuntamientos de las zonas de transición justa.

#### OFICINA DE TRANSFORMACIÓN COMUNITARIA (OTC) EN LEÓN

**Objetivo y sentido:** DAR A CONOCER LAS ACTIVIDADES DE DIFUSIÓN EN MATERIA DE COMUNIDADES ENERGÉTICAS DE LA OFICINA DE TRANSFORMACIÓN COMUNITARIA TRANSENER CASTILLA Y LEÓN CIUDEN Y LOS PROGRAMAS DE AYUDAS PARA EL FOMENTO DE DICHAS COMUNIDADES.

**Ejecución:** Anual

**Periodo de ejecución:** Del 1 de marzo al 31 de diciembre de 2024

**Coste:** 15.000

**SopORTE:** Televisión, radio, prensa e Internet

**Difusión:** Provincial

**Idioma:** Castellano

**Población objetivo de la campaña:** General

**Medidas accesibilidad:** Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

**Observaciones:** Durante 2024, en la oficina de transformación comunitaria Transener Castilla y León CIUDEN, se llevarán a cabo numerosas charlas divulgativas para explicar la constitución y funcionamiento de comunidades energéticas. También habrá talleres, seminarios y jornadas para dar a conocer los programas de ayudas para el fomento de dichas comunidades.

## MINISTERIO DE VIVIENDA Y AGENDA URBANA



### ENTIDAD PÚBLICA EMPRESARIAL DE SUELO (SEPES)

#### RELANZAMIENTO DE SEPES

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

**Ejecución:** Anual

**Periodo de ejecución:** A determinar

**Coste:** 169.400

**SopORTE:** A determinar

**Difusión:** Autonómica

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

**Evaluación:** Postest

**Población objetivo de la campaña:** General

**Medidas accesibilidad:** Subtitulación

## MINISTERIO DE VIVIENDA Y AGENDA URBANA



## ENTIDAD PÚBLICA EMPRESARIAL DE SUELO (SEPES)

## ACCIONES DE DIFUSIÓN DE ACTUACIONES INMOBILIARIAS CONCRETAS

**Objetivo y sentido:** FAVORECER EL CONOCIMIENTO DE LAS NUEVAS ACTUACIONES RESIDENCIALES, ENFOCADAS PRINCIPALMENTE EN LAS VIVIENDAS DE ALQUILER ASEQUIBLE.

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

**Coste:** 169.400

**SopORTE:** A determinar

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

**Población objetivo de la campaña:** General

**Medidas accesibilidad:** Subtitulación

## MINISTERIO DE CULTURA

## DIRECCIÓN GENERAL DE PATRIMONIO CULTURAL Y BELLAS ARTES

## PROMOCIÓN DE LA RED DE ARCHIVOS ESTATALES Y PROGRAMACIÓN CULTURAL

**Objetivo y sentido:** DAR A CONOCER LA FUNCIÓN DE SERVICIO PÚBLICO QUE DIARIAMENTE CUMPLEN LOS ARCHIVOS Y CENTROS ESTATALES DEPENDIENTES DE LA DIRECCIÓN GENERAL DE PATRIMONIO CULTURAL Y BELLAS ARTES A TRAVÉS DE LA SUBDIRECCIÓN GENERAL DE ARCHIVOS ESTATALES, ASÍ COMO APOYAR LA DIFUSIÓN Y COMUNICACIÓN DE SUS ACTIVIDADES CULTURALES Y DE INVESTIGACIÓN.

**Ejecución:** Anual **Periodo de ejecución:** Del 1 de enero al 30 de diciembre de 2024

**Coste:** 60.500

**SopORTE:** Prensa, revistas, Internet y otras herramientas: redes sociales propias

**Difusión:** Nacional **Idioma:** Castellano

**Población objetivo de la campaña:** General

**Medidas accesibilidad:** Subtitulación

## PROMOCIÓN DE LA RED DE MUSEOS ESTATALES, DE SUS EXPOSICIONES TEMPORALES Y PROGRAMACIÓN CULTURAL

**Objetivo y sentido:** DAR A CONOCER LOS 16 MUSEOS DEPENDIENTES DE LA DIRECCIÓN GENERAL DE PATRIMONIO CULTURAL Y BELLAS ARTES Y APOYAR LA DIFUSIÓN Y COMUNICACIÓN DE LAS EXPOSICIONES TEMPORALES POR ELLOS DESARROLLADAS. DICHOS MUSEOS SON: MUSEO NACIONAL DE ARQUEOLOGÍA SUBACUÁTICA. ARQVA, MUSEO DE AMÉRICA, MUSEO NACIONAL DE ANTROPOLOGÍA, MUSEO ARQUEOLÓGICO NACIONAL, MUSEO NACIONAL DE ARTES DECORATIVAS, MUSEO CERRALBO, MUSEO NACIONAL DEL ROMANTICISMO, MUSEO SOROLLA, MUSEO DEL TRAJE. CIPE, MUSEO NACIONAL DE ARTE ROMANO, MUSEO NACIONAL Y CENTRO DE INVESTIGACIÓN DE ALTAMIRA, MUSEO DEL GRECO, MUSEO SEFARDÍ, MUSEO NACIONAL DE CERÁMICA Y ARTES SUNTUARIAS "GONZÁLEZ MARTÍ", MUSEO CASA DE CERVANTES Y MUSEO NACIONAL DE ESCULTURA.

**Ejecución:** Anual **Periodo de ejecución:** Del 1 de enero al 30 de diciembre de 2024

**Coste:** 18.150

**SopORTE:** Prensa, revistas, Internet y otras herramientas: redes sociales propias

**Difusión:** Nacional **Idioma:** Castellano

**Población objetivo de la campaña:** General

**Medidas accesibilidad:** Subtitulación

## MINISTERIO DE 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

**Objetivo y sentido:** PROMOVER Y DIFUNDIR LAS ARTES ESCÉNICAS Y DE LA MÚSICA DE LOS CENTROS ARTÍSTICOS DEPENDIENTES DEL INAEM, ASÍ COMO LAS ACTIVIDADES QUE EL INSTITUTO DESARROLLA PARA ESTA PROMOCIÓN.

**Ejecución:** Anual

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

**Coste:** 1.645.000

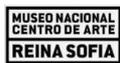
**Soporte:** Televisión, radio, prensa, revistas, Internet y exterior

**Difusión:** Nacional

**Idioma:** Castellano

**Población objetivo de la campaña:** General

**Medidas accesibilidad:** Subtitulación



## MUSEO NACIONAL CENTRO DE ARTE REINA SOFÍA

## EXPOSICIONES Y ACTIVIDADES CULTURALES DEL MUSEO REINA SOFÍA

**Objetivo y sentido:** DAR VISIBILIDAD A LA INSTITUCIÓN, CON EL OBJETIVO DE ATRAER EL MAYOR NÚMERO POSIBLE DE VISITANTES TANTO NACIONALES COMO INTERNACIONALES A LOS ESPACIOS EXPOSITIVOS Y A LAS ACTIVIDADES CULTURALES QUE SE LLEVAN A CABO.

**Ejecución:** Anual

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

**Coste:** 150.000

**Soporte:** Radio, prensa, revistas, Internet y exterior

**Difusión:** Nacional

**Idioma:** Castellano

**Población objetivo de la campaña:** General

**Medidas accesibilidad:** Subtitulación



## MUSEO NACIONAL DEL PRADO

## DIFUSIÓN DE EXPOSICIONES Y ACTIVIDADES DEL MUSEO NACIONAL DEL PRADO

**Objetivo y sentido:** DAR A CONOCER AL PÚBLICO LAS EXPOSICIONES Y ACTIVIDAD DEL MUSEO DEL PRADO.

**Ejecución:** Anual

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

**Coste:** 670.000

**Soporte:** Radio, prensa, revistas, Internet, exterior, cine, marketing y otras herramientas: medios digitales, audio y TV streaming

**Difusión:** Nacional

**Idioma:** Castellano

**Población objetivo de la campaña:** General

**Medidas accesibilidad:** Subtitulación

## MINISTERIO DE ECONOMÍA, COMERCIO Y EMPRESA



## CESCE (GRUPO PATRIMONIO)

## CAMPAÑA DE PRODUCTOS CESCE

**Objetivo y sentido:** PROMOCIONAR PRODUCTOS CESCE (SEGUROS, CRÉDITOS, PÓLIZAS, FINANCIACIÓN)

**Ejecución:** Anual

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

**Coste:** 1.064.800

**SopORTE:** Radio, prensa, revistas, Internet y exterior

**Difusión:** Nacional

**Idioma:** Castellano

**Población objetivo de la campaña:** Empresarios

**Medidas accesibilidad:** Subtitulación



## INSTITUTO DE CRÉDITO OFICIAL (ICO)

## PRODUCTOS FINANCIACIÓN ICO

**Objetivo y sentido:** PROMOCIONAR LOS DIFERENTES PRODUCTOS Y PROGRAMAS DE FINANCIACIÓN GESTIONADOS POR EL ICO.

**Ejecución:** Anual

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

**Coste:** 4.060.000

**SopORTE:** Radio, prensa, revistas, Internet, exterior y cine

**Difusión:** Nacional

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

**Evaluación:** Postest

**Población objetivo de la campaña:** Empresarios

**Medidas accesibilidad:** Subtitulación

## ANUNCIOS EN MEDIOS INTERNACIONALES

**Objetivo y sentido:** ANUNCIOS EN REVISTAS INTERNACIONALES Y MEDIOS ON-LINE ESPECIALIZADOS EN MERCADOS DE CAPITALES Y NÚMEROS ESPECIALES RELACIONADOS CON EMISIONES Y FINANCIACIÓN SOSTENIBLES.

**Ejecución:** Anual

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

**Coste:** 315.000

**SopORTE:** Revistas e Internet

**Difusión:** Internacional

**Idioma:** Inglés

**Población objetivo de la campaña:** Inversores

**Medidas accesibilidad:** Subtitulación



## MINISTERIO DE ECONOMÍA, COMERCIO Y EMPRESA



## TESORO PÚBLICO

## LA DEUDA PÚBLICA

**Objetivo y sentido:** DIFUNDIR LOS INSTRUMENTOS FINANCIEROS DEL TESORO PÚBLICO EN LOS QUE PUEDEN INVERTIR LOS MINORISTAS Y CIUDADANOS, MOSTRANDO SU RASGOS PRINCIPALES -CONFIANZA, ESTABILIDAD, SEGURIDAD Y RENTABILIDAD- ASÍ COMO VISIBILIZAR A QUÉ SE DESTINA LA FINANCIACIÓN.

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

**Coste:** 4.000.000

**SopORTE:** A determinar

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

**Población objetivo de la campaña:** General

**Medidas accesibilidad:** Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

## PLAN DE EDUCACIÓN FINANCIERA 2024

**Objetivo y sentido:** PROMOCIÓN DE LA EDUCACIÓN FINANCIERA A TRAVÉS DE ACCIONES DIVULGATIVAS RELACIONADAS CON EL AHORRO, ENDEUDAMIENTO Y LA GESTIÓN A LARGO PLAZO DE LAS FINANZAS PERSONALES. LA DIRECCIÓN GENERAL DE SEGUROS Y FONDOS DE PENSIONES Y OTRAS INSTITUCIONES IMPULSAN PROGRAMAS DE FORMACIÓN FINANCIERA DIRIGIDOS A TODOS LOS ESPAÑOLES.

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

**Coste:** 20.000

**SopORTE:** A determinar

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

**Población objetivo de la campaña:** General

**Medidas accesibilidad:** Subtitulación

**Observaciones:** En el marco del "PLAN DE EDUCACIÓN FINANCIERA 2024" que gestionan el Banco de España y la CNMV

## MINISTERIO DE CIENCIA, INNOVACIÓN Y UNIVERSIDADES



## UNIVERSIDAD INTERNACIONAL MENÉNDEZ-PELAYO (UIMP)

## DIFUSIÓN DE LAS ACTIVIDADES ACADÉMICAS DESARROLLADAS POR LA UNIVERSIDAD INTERNACIONAL MENÉNDEZ PELAYO (UIMP)

**Objetivo y sentido:** DAR A CONOCER Y FOMENTAR LA MATRICULACIÓN EN LAS ACTIVIDADES DESARROLLADAS POR LA UIMP EN TODAS SUS SEDES: CURSOS DE VERANO, CURSOS BREVES, ESTUDIOS DE POSGRADO, CURSOS DE IDIOMAS O ACTIVIDADES CULTURALES.

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

**Coste:** 34.032

**Soporte:** Internet y marketing: buscadores y contextual

**Difusión:** Nacional **Idioma:** Castellano

**Población objetivo de la campaña:** General

**Medidas accesibilidad:** Subtitulación y audiodescripción



## UNIVERSIDAD NACIONAL DE EDUCACIÓN A DISTANCIA (UNED)

## OFERTA FORMATIVA DE LA UNED

**Objetivo y sentido:** INFORMAR A LA POBLACIÓN ESPAÑOLA SOBRE LAS PROPUESTAS EDUCATIVAS DE LA UNED.

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

**Coste:** 121.000

**Soporte:** Internet

**Difusión:** Nacional **Idioma:** Castellano

**Población objetivo de la campaña:** Estudiantes

**Medidas accesibilidad:** Subtitulación

## MINISTERIO DE TRANSFORMACIÓN DIGITAL Y DE LA FUNCIÓN PÚBLICA



## INSTITUTO NACIONAL DE CIBERSEGURIDAD DE ESPAÑA, S.A. (INCIBE)

## CIBERSEGURIDAD PARA CIUDADANOS Y EMPRESAS 2024-2025

**Objetivo y sentido:** DIFUNDIR ENTRE EMPRESAS Y ENTIDADES, INICIATIVAS PARA QUE SE ADHIERAN COMO COINVERSORES Y PATROCINADORES DE INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO DE TECNOLOGÍAS NECESARIAS EN EL MERCADO DE LA CIBERSEGURIDAD.

**Ejecución:** Plurianual **Periodo de ejecución:** Del 16 de septiembre de 2024 al 15 de septiembre de 2025

**Coste:** 2.262.700 **Coste Plurianual:** 2.262.700

**Soporte:** Televisión, radio, prensa, revistas, Internet, exterior, marketing (SEM) y otras herramientas: acciones especiales en TV

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

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

**Medidas accesibilidad:** Subtitulación