



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE LA PRESIDENCIA, JUSTICIA
Y RELACIONES CON LAS CORTES

Comisión de Publicidad y
Comunicación Institucional

PLAN 2025

de Publicidad y Comunicación Institucional

Índice

I.	Introducción	2
II.	Datos principales y distribución por ministerios	5
III.	Prioridades de publicidad y comunicación	7
IV.	Distribución por objetivos	8
V.	Ranking de campañas	11
VI.	Distribución de las herramientas de comunicación	12
VII.	Difusión y población de las campañas	13
VIII.	La Publicidad Institucional en los Presupuestos Generales del Estado	14
IX.	Comparativa Plan 2024-Plan 2025	16
X.	Conclusiones	19
XI.	Campañas comerciales no sujetas a la Ley 29/2005	20
Anexos	23
Anexo I: Campañas institucionales por ministerio y centro directivo/organismo		24
Anexo II: Campañas institucionales por ministerio y coste		27
Anexo III: Relación de campañas institucionales		32
Presidencia del Gobierno		32
Presidencia, Justicia y Relaciones con las Cortes		32
Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación		34
Hacienda		37
Interior		38
Transportes y Movilidad Sostenible		38
Educación, Formación Profesional y Deportes		40
Trabajo y Economía Social		41
Industria y Turismo		44
Agricultura, Pesca y Alimentación		45
Política Territorial y Memoria Democrática		49
Transición Ecológica y el Reto Demográfico		50
Vivienda y Agenda Urbana		64
Cultura		65
Economía, Comercio y Empresa		70
Sanidad		70
Derechos Sociales, Consumo y Agenda 2030		73
Ciencia, Innovación y Universidades		76
Igualdad		77
Inclusión, Seguridad Social y Migraciones		80
Transformación Digital y de la Función Pública		82
Juventud e Infancia		84
Anexo IV: Relación de campañas comerciales		86
Presidencia, Justicia y Relaciones con las Cortes		86
Hacienda		87
Transportes y Movilidad Sostenible		92
Industria y Turismo		95
Agricultura, Pesca y Alimentación		97
Transición Ecológica y el Reto Demográfico		98
Cultura		99
Economía, Comercio y Empresa		100
Ciencia, Innovación y Universidades		102
Transformación Digital y de la Función Pública		103

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** 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 de Publicidad y Comunicación Institucional correspondiente 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 dedica un capítulo (XI) y un anexo (IV) a esta información.

La única medida de accesibilidad de obligado cumplimiento para las campañas de carácter industrial, comercial o mercantil es 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, tal y como establece el artículo 24 del **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.

De acuerdo con este mandato legal, se presenta el **decimotavo 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 2025, 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 2025** 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. **Los compromisos de gasto** asumidos por los departamentos ministeriales, sus organismos y entidades adscritas, para la realización de las actividades incluidas en el actual Plan, **estarán**, en todo caso, **condicionados por las disponibilidades presupuestarias** con que cuenten los mismos durante el ejercicio 2025.

En un apartado final se recogen las campañas de carácter comercial, industrial o mercantil que se llevarán a cabo en el año 2025

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 decimotavo desde que se promulgó la Ley

II. Datos principales y distribución por ministerios

La Administración General del Estado llevará a cabo durante el año 2025 un total de **146 campañas** de publicidad institucional, con un **coste total previsto de 161.165.767 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 43; Cultura con 14; y Agricultura, Pesca y Alimentación con 10 campañas. En cuanto al número de campañas previstas, los tres ministerios realizarán el 45,89% de las campañas de publicidad institucional.

En cuanto al **peso inversor de las campañas** a realizar, destacan (con una inversión prevista superior al 10% del presupuesto total) los ministerios de **Agricultura, Pesca y Alimentación** con un 12,59% (20.282.889 euros) y **Transformación Digital y de la Función Pública** con un 10,79% (17.389.151 euros).

La inversión prevista de estos dos ministerios suma un 23,37% del total de la inversión prevista en publicidad institucional para 2025.

Para el año 2025 se ha planificado una inversión de 161,16 millones de euros en 146 campañas de publicidad institucional

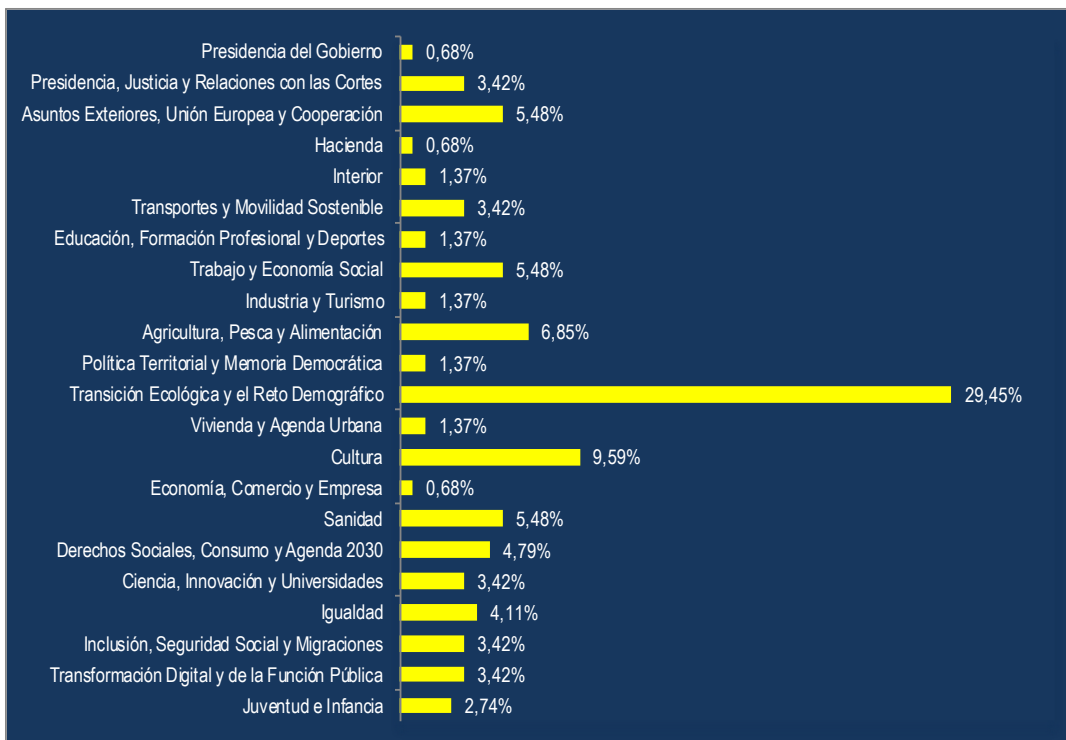
La inversión prevista por Agricultura, Pesca y Alimentación representa el 12,59% del total planificado por la AGE para 2025

Cuadro 2.1

Ministerio	Campañas Institucionales			
	Número	%	Presupuesto	%
Presidencia del Gobierno	1	0,68%	15.000	0,01%
Presidencia, Justicia y Relaciones con las Cortes	5	3,42%	4.342.000	2,69%
Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación	8	5,48%	151.030	0,09%
Hacienda	1	0,68%	9.000.000	5,58%
Interior	2	1,37%	12.904.000	8,01%
Transportes y Movilidad Sostenible	5	3,42%	3.494.458	2,17%
Educación, Formación Profesional y Deportes	2	1,37%	1.850.000	1,15%
Trabajo y Economía Social	8	5,48%	7.468.000	4,63%
Industria y Turismo	2	1,37%	2.430.000	1,51%
Agricultura, Pesca y Alimentación	10	6,85%	20.282.889	12,59%
Política Territorial y Memoria Democrática	2	1,37%	8.335.000	5,17%
Transición Ecológica y el Reto Demográfico	43	29,45%	11.276.506	7,00%
Vivienda y Agenda Urbana	2	1,37%	4.000.000	2,48%
Cultura	14	9,59%	8.285.888	5,14%
Economía, Comercio y Empresa	1	0,68%	4.850.000	3,01%
Sanidad	8	5,48%	7.696.000	4,78%
Derechos Sociales, Consumo y Agenda 2030	7	4,79%	8.558.345	5,31%
Ciencia, Innovación y Universidades	5	3,42%	1.027.500	0,64%
Igualdad	6	4,11%	14.570.000	9,04%
Inclusión, Seguridad Social y Migraciones	5	3,42%	7.000.000	4,34%
Transformación Digital y de la Función Pública	5	3,42%	17.389.151	10,79%
Juventud e Infancia	4	2,74%	6.240.000	3,87%
TOTAL	146	100,00%	161.165.767	100,00%

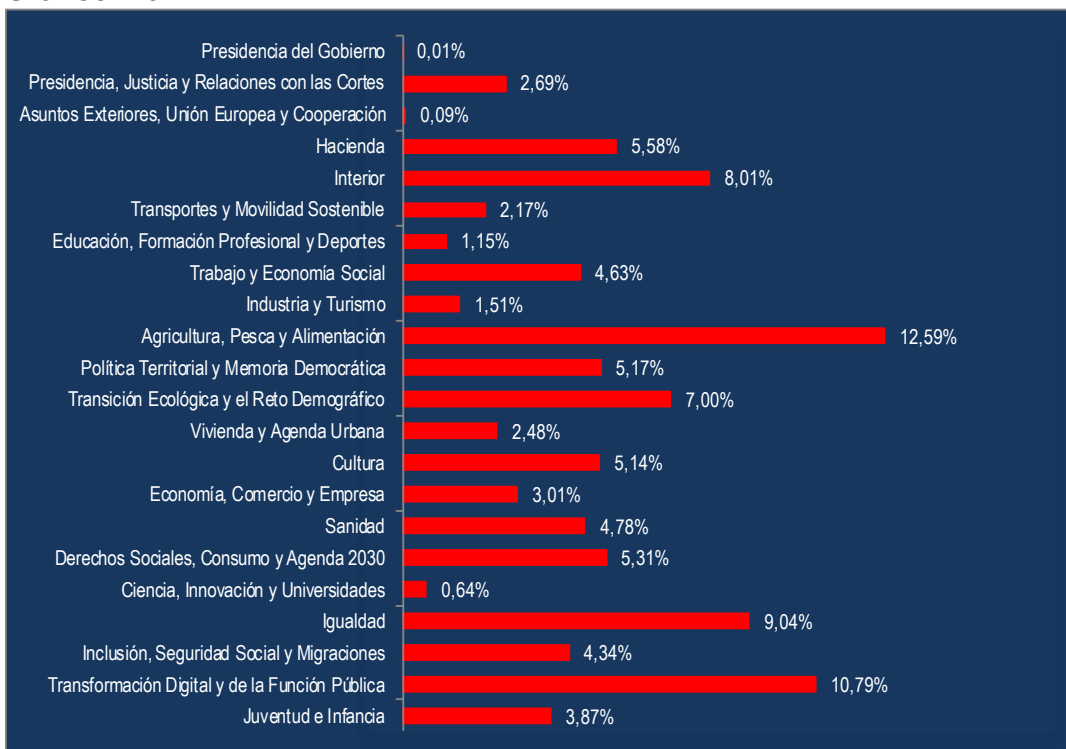
Número de campañas. Total 146

Gráfico 2.2



Presupuesto total: 161.165.767

Gráfico 2.3



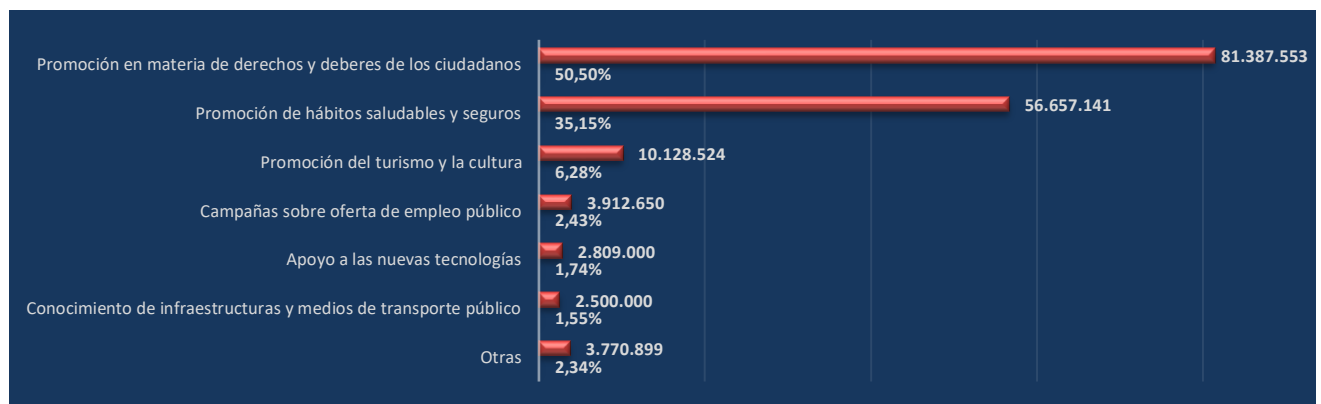
III. Prioridades de publicidad y comunicación

Las **prioridades** de la Administración General del Estado en materia de publicidad y comunicación institucional en el año 2025 en cuanto a inversión, serán las siguientes:

- **Promoción en materia de derechos y deberes de la ciudadanía:** información en materia de seguridad vial; vivienda; seguridad social y pensiones; sensibilización sobre servicios públicos de dependencia; trabajo con derechos; relaciones entre el ciudadano y la Administración de Justicia; contra el racismo, los delitos de odio y la violencia hacia la infancia; promoción de la igualdad social y laboral; derechos culturales; derechos de propiedad intelectual; derechos digitales; información acerca de ayudas y becas, y acerca del cumplimiento de obligaciones fiscales; suponen un 50,5% del coste previsto.
- **Promoción de hábitos saludables y seguros para la ciudadanía y el cuidado de su entorno:** prevención en materia de salud; advertir de los riesgos del juego; viajar seguro; cuidado del medioambiente; buen uso del agua; protección de animales de compañía; consumo sostenible; promoción de consumo de alimentos de calidad; contra la falsificación de bienes y mercancías; ciberseguridad, etc. con el 35,15% del presupuesto.
- **Promoción del turismo y la cultura:** bono cultural joven; cine español; programación de la Filmoteca Española; becas FormARTE así como la promoción de la Red de Caminos Naturales de España; que alcanza el 6,28% de las previsiones.
- **Campañas sobre la oferta de empleo público:** difusión convocatoria de plazas de control aéreo, acceso a los cuerpos específicos de Justicia, Seguridad Social y resto de oposiciones, la inversión supone el 2,43% del total.
- **Apoyo al desarrollo de nuevas tecnologías:** impulso a la digitalización en empresas y programas de apoyo a la I+D empresarial y la innovación. Esta partida alcanza el 1,74% de las previsiones presupuestarias.
- **Conocimiento por parte de la ciudadanía de las infraestructuras y medios de transporte público:** publicidad en materia de transporte y movilidad con el 1,55% del presupuesto.
- **Otras prioridades,** conmemoración de efemérides, certámenes; dar a conocer programas y actuaciones; Plan de Seguros Agrarios y lucha contra la despoblación en determinadas zonas, etc., a las que se destinará el 2,34% del coste previsto.

Promoción de los derechos y deberes de la ciudadanía, y la promoción de los hábitos saludables y seguros para la ciudadanía y el cuidado de su entorno, suponen el 85,65% de la inversión prevista para 2025

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 el **mayor número de campañas** a lo largo de 2025 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).

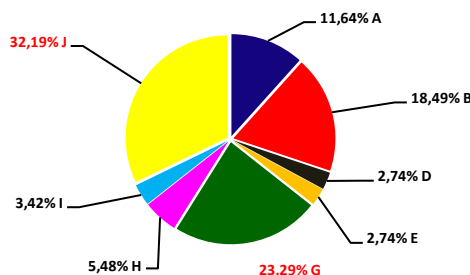
Durante el año 2025 los objetivos “J” comunicar programas y “G” anunciar medidas preventivas, serán los que persigan el mayor número de campañas

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	17	11,64%
B. Informar sobre derechos y obligaciones legales, de aspectos relevantes del funcionamiento de las instituciones públicas y de las condiciones de acceso y uso de los espacios y servicios públicos	27	18,49%
C. Informar a los ciudadanos sobre la existencia de procesos electorales y consultas populares		0,00%
D. Difundir el contenido de aquellas disposiciones jurídicas que, por su novedad y repercusión social, requieran medidas complementarias para su conocimiento general	4	2,74%
E. Difundir ofertas de empleo público que por su importancia e interés así lo aconsejen	4	2,74%
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	34	23,29%
H. Apoyar a sectores económicos españoles en el exterior, promover la comercialización de productos españoles y atraer inversiones extranjeras	8	5,48%
I. Difundir las lenguas y el patrimonio histórico y natural de España	5	3,42%
J. Comunicar programas y actuaciones públicas de relevancia e interés social	47	32,19%
Total	146	100,00%

Gráfico 4.2



Distribución de los objetivos por presupuesto planificado

La distribución de la inversión prevista en cuanto a los objetivos recogidos en el artículo 3.1 la Ley 29/2005, de 29 de diciembre, de Publicidad y Comunicación Institucional puede analizarse en el Gráfico 4.3.

El objetivo que ocupa el primer lugar en cuanto a inversión prevista es 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 un 25,71% de la inversión con campañas como la de sensibilización sobre el cumplimiento de las obligaciones fiscales.

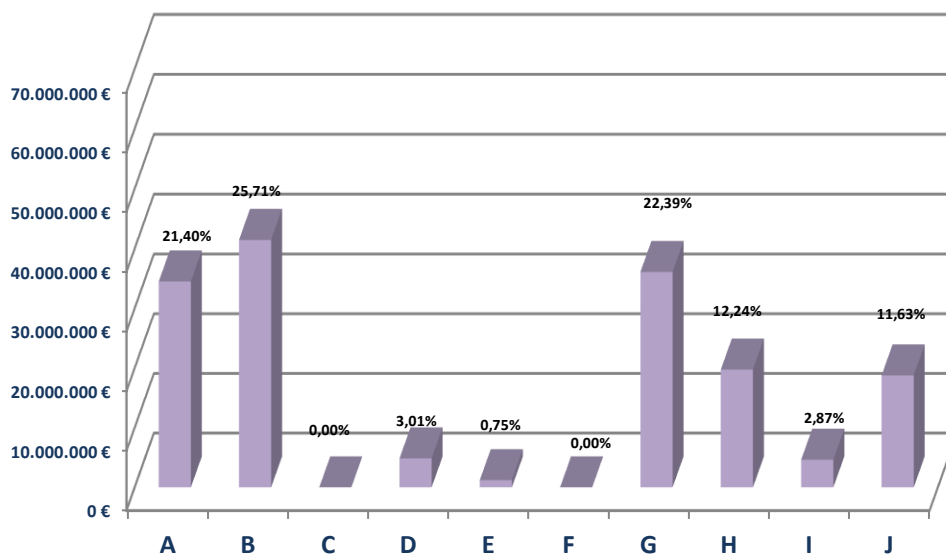
En segundo lugar, el objetivo “G”, destinado a *anunciar medidas preventivas de riesgos o que contribuyan a la eliminación de daños de cualquier naturaleza para la salud de las personas o el patrimonio natural* con el 22,39% de la inversión, con campañas como la de seguridad vial o las campañas de prevención en materia de salud.

La distribución de los objetivos por ministerio y presupuesto planificado puede analizarse en el Cuadro 4.4 página 10.

En cuanto a inversión planificada para 2025, ocupan los primeros lugares los objetivos legales: “B” y “G”

Gráfico 4.3

Distribución por objetivos y presupuesto



Cuadro 4.4

MINISTERIO		A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	TOTAL
Presidencia del Gobierno	Nº camp.										1	1
	Invers.										15.000	15.000
Presidencia, Justicia y Relaciones con las Cortes	Nº camp.	1	3								1	5
	Invers.	775.000	3.557.000								10.000	4.342.000
Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación	Nº camp.		4			1		1			2	8
	Invers.		135.480			7.250		2.100			6.200	151.030
Hacienda	Nº camp.		1									1
	Invers.		9.000.000									9.000.000
Interior	Nº camp.							2				2
	Invers.							12.904.000				12.904.000
Transportes y Movilidad Sostenible	Nº camp.		1			1		2			1	5
	Invers.		18.029			48.400		928.029			2.500.000	3.494.458
Educación, Formación Profesional y Deportes	Nº camp.		2									2
	Invers.		1.850.000									1.850.000
Trabajo y Economía Social	Nº camp.		2		2			1			3	8
	Invers.		2.750.000		600.000			3.500.000			618.000	7.468.000
Industria y Turismo	Nº camp.							1			1	2
	Invers.							1.430.000			1.000.000	2.430.000
Agricultura, Pesca y Alimentación	Nº camp.	1	1						5	2	1	10
	Invers.	300.000	302.415						14.994.700	4.290.774	395.000	20.282.889
Política Territorial y Memoria Democrática	Nº camp.	1	1									2
	Invers.	7.835.000	500.000									8.335.000
Transición Ecológica y el Reto Demográfico	Nº camp.	2				1		14		3	23	43
	Invers.	20.000				65.000		4.635.227		333.589	6.222.690	11.276.506
Vivienda y Agenda Urbana	Nº camp.		1		1							2
	Invers.		500.000		3.500.000							4.000.000
Cultura	Nº camp.	1	2					1	3		7	14
	Invers.	3.300.000	128.138					10.000	4.736.000		111.750	8.285.888
Economía, Comercio y Empresa	Nº camp.										1	1
	Invers.										4.850.000	4.850.000
Sanidad	Nº camp.							8				8
	Invers.							7.696.000				7.696.000
Derechos Sociales, Consumo y Agenda 2030	Nº camp.		2					4			1	7
	Invers.		2.360.000					4.980.000			1.218.345	8.558.345
Ciencia, Innovación y Universidades	Nº camp.		1								4	5
	Invers.		1.015.000								12.500	1.027.500
Igualdad	Nº camp.	6										6
	Invers.	14.570.000										14.570.000
Inclusión, Seguridad Social y Migraciones	Nº camp.	1	2		1	1						5
	Invers.	1.450.000	3.715.000		750.000	1.085.000						7.000.000
Transformación Digital y de la Función Pública	Nº camp.		4								1	5
	Invers.		15.601.151								1.788.000	17.389.151
Juventud e Infancia	Nº camp.	4										4
	Invers.	6.240.000										6.240.000
Total	Nº camp.	17	27	0	4	4	0	34	8	5	47	146
	% invers. s/total	21,40%	25,71%	0,00%	3,01%	0,75%	0,00%	22,39%	12,24%	2,87%	11,63%	100,00%
	Invers.	34.490.000	41.432.213	0	4.850.000	1.205.650	0	36.085.356	19.730.700	4.624.363	18.747.485	161.165.767

V. Ranking de campañas

En el año 2025 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 de la Dirección General de Tráfico.

Once campañas prevén una inversión igual o superior a cuatro millones de euros e inferior a diez millones y quince entre dos y cuatro millones de presupuesto. Las 27 campañas de más de dos millones suponen el 71,03% de la inversión total prevista.

Veintisiete campañas están previstas con una inversión igual o superior a 2 millones de euros

Cuadro 5.1

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

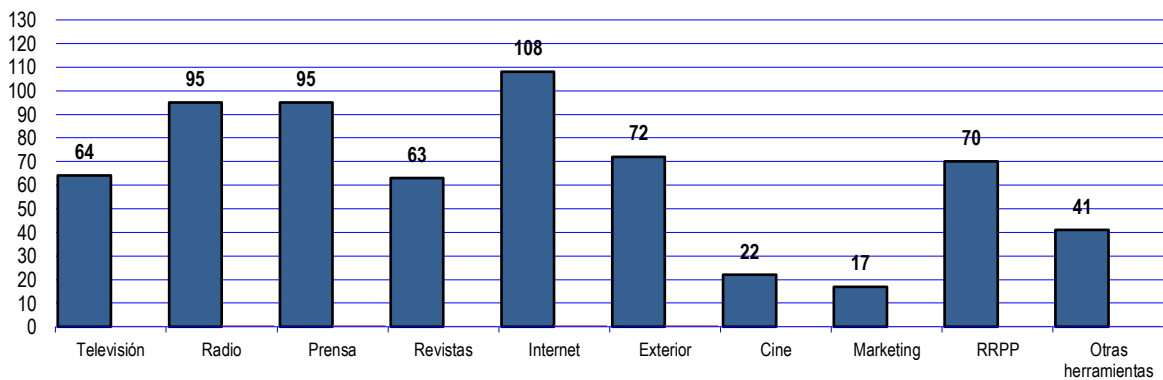
VI. Distribución de las herramientas de comunicación

Internet (incluye prensa digital) será la herramienta utilizada en el mayor número de campañas planificadas para el año 2025. Le siguen radio y prensa con el mismo número de campañas que tienen previsto utilizarlas. A continuación, por este orden se sitúan exterior, relaciones públicas, televisión, revistas, cine y marketing.

El 28,1% de las campañas o iniciativas de comunicación utilizará herramientas distintas a todas las anteriores: posters, folletos, material de divulgación, vídeos, notas de prensa, publicaciones en redes sociales propias y en la web oficial así como en las de organismos colaboradores.

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

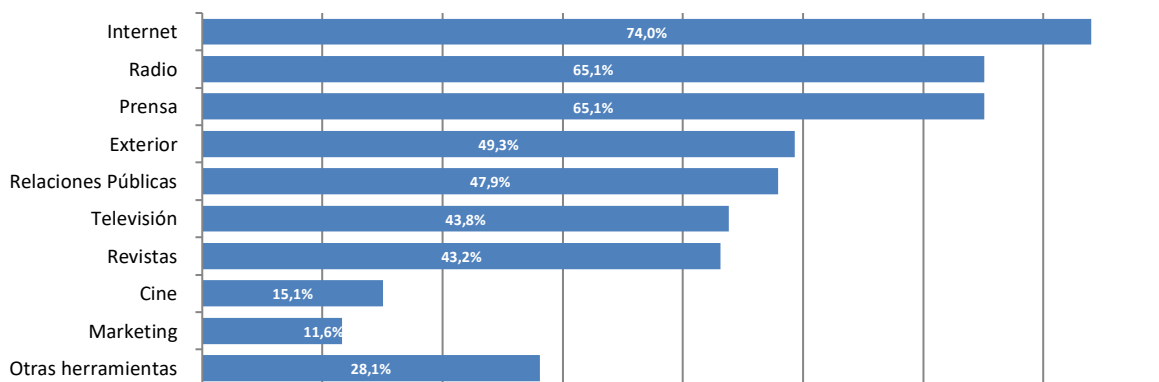
Gráfico 6.1



Internet (incluyendo prensa digital), radio y prensa (medios gráficos), serán las herramientas de comunicación utilizadas con más frecuencia en las campañas institucionales durante el año 2025, por este orden.

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 2025 las campañas institucionales de publicidad y comunicación tendrán mayoritariamente una difusión de ámbito nacional: 106 campañas. Está prevista una difusión regional en 27 campañas, 7 se difundirán en un ámbito provincial y 1 en autonómico.

Difusión internacional tendrán 5 de las campañas previstas en el Plan.

Gráfico 7.1

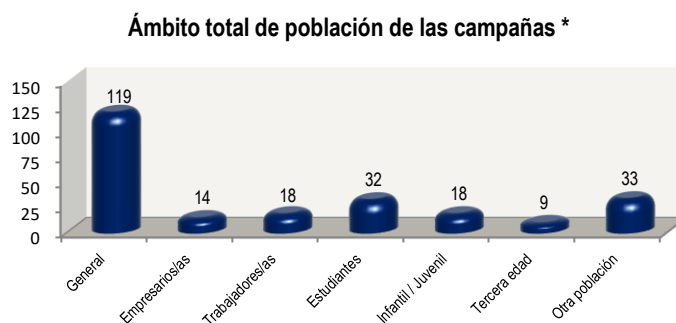


Población a la que se dirigirá la publicidad institucional

De las 146 campañas institucionales planificadas para 2025, 119 se dirigirán a la población general, 14 a empresarios/as, 18 a personas trabajadoras, 32 a estudiantes, 18 a población infantil/ juvenil y 9 a la tercera edad.

Dirigidas a un público más específico irán destinadas 33 campañas: agricultores/as, ganaderos/as, propietarios forestales y acuicultores/as, personas consumidoras, personas desempleadas, profesionales del sector cine, operadores culturales y personas creativas españolas, personas LGTBI, mujeres, profesionales sanitarios, sindicatos, padres, madres o tutores/as, habitantes en zonas de transición justa, etc.

Gráfico 7.2



* Cada campaña puede dirigirse a uno o más ámbitos poblacionales

La difusión de las campañas de publicidad institucional en el año 2025 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 2025 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. 15) 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 III 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 ⁽¹⁾	Capítulo 2	Capítulo 6	EPE ⁽²⁾	TOTAL
Presidencia del Gobierno	15.000			15.000
Ministerio de la Presidencia, Justicia y Relaciones con las Cortes	4.342.000			4.342.000
Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación	151.030			151.030
Ministerio de Hacienda	9.000.000			9.000.000
Ministerio del Interior		12.904.000		12.904.000
Ministerio de Transportes y Movilidad Sostenible		3.410.000	84.458	3.494.458
Ministerio de Educación, Formación Profesional y Deportes	1.850.000			1.850.000
Ministerio de Trabajo y Economía Social	7.468.000			7.468.000
Ministerio de Industria y Turismo	2.430.000			2.430.000
Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación	997.415	19.285.474		20.282.889
Ministerio de Política Territorial y Memoria Democrática	8.335.000			8.335.000
Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico	929.690	5.760.816	4.586.000	11.276.506
Ministerio de Vivienda y Agenda Urbana		3.500.000	500.000	4.000.000
Ministerio de Cultura	3.567.750	4.718.138		8.285.888
Ministerio de Economía, Comercio y Empresa	4.850.000			4.850.000
Ministerio de Sanidad	7.696.000			7.696.000
Ministerio de Derechos Sociales, Consumo y Agenda 2030	8.558.345			8.558.345
Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades	1.027.500			1.027.500
Ministerio de Igualdad	2.300.000	12.270.000		14.570.000
Ministerio de Inclusión, Seguridad Social y Migraciones	7.000.000			7.000.000
Ministerio de Transformación Digital y de la Función Pública			17.389.151	17.389.151
Ministerio de Juventud e Infancia		6.240.000		6.240.000
TOTAL	70.517.730	68.088.428	22.559.609	161.165.767

(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. Comparativa Plan 2024-Plan 2025

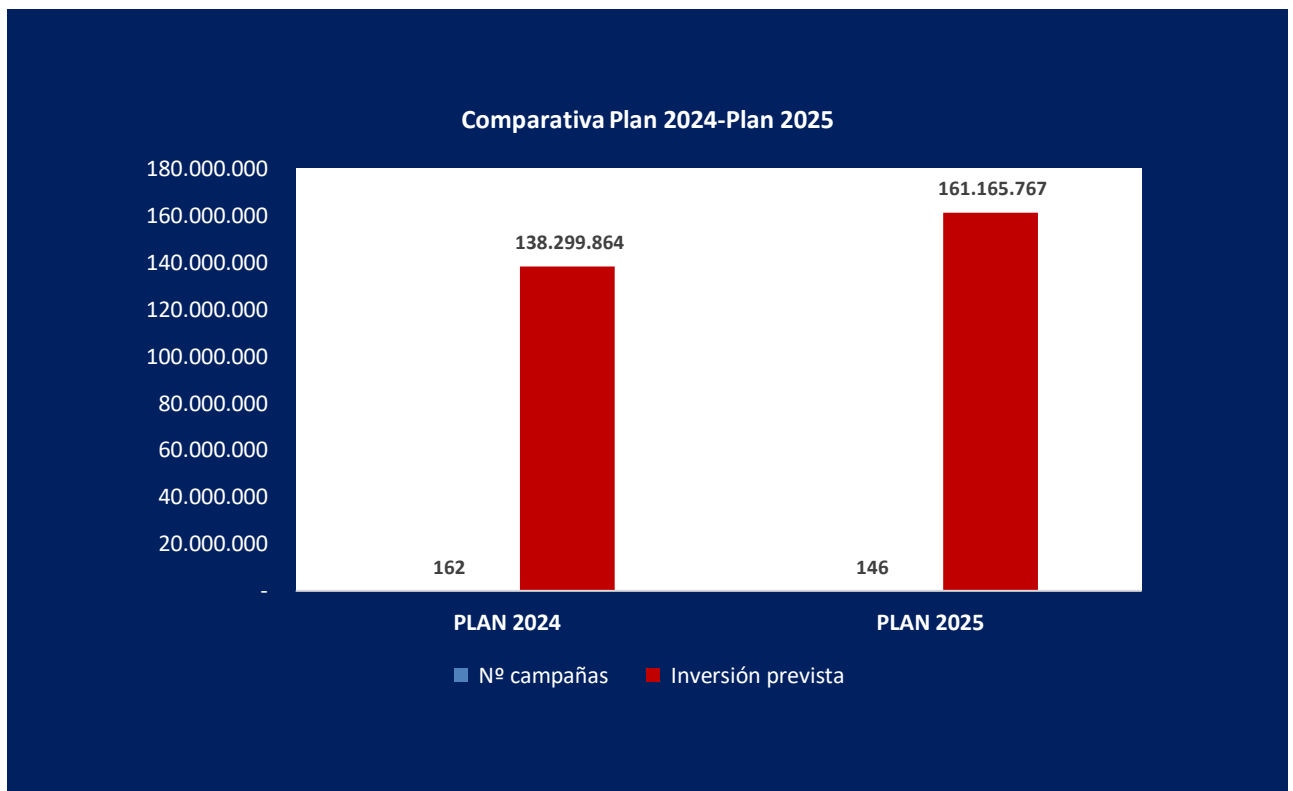
La **inversión total prevista** en materia de publicidad y comunicación institucional **para 2025** es de **161,16 millones de euros**; 22,86 millones de euros más que lo planificado en el último Plan de 2024, lo que supone un **aumento del 16,53%**.

Por lo que respecta al número de campañas, se prevé la contratación durante el año 2025 de un total de **146 campañas** de publicidad o comunicación institucional, 16 menos que las previstas en el Plan anterior, un 9,88% menos.

La inversión prevista en publicidad y comunicación institucional aumenta en un 16,53% respecto al último Plan

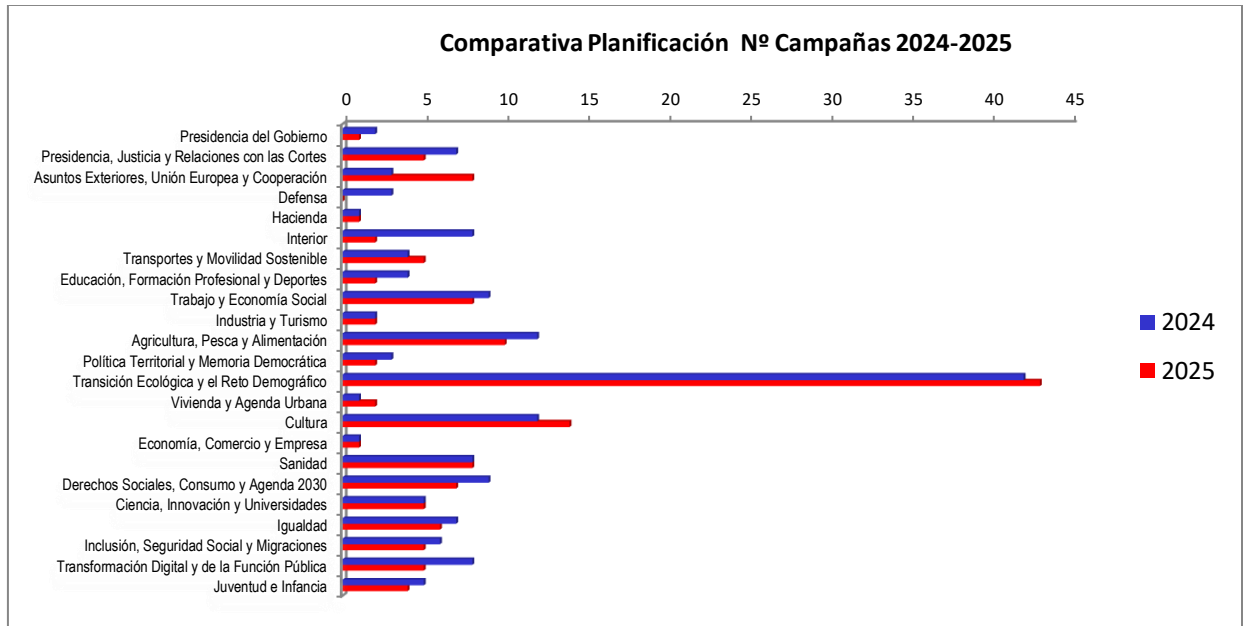
Comparativa Plan 2024-Plan 2025

Gráfico 9.1



Comparativa Plan 2024-Plan 2025 - Número de campañas por ministerio

Gráfico 9.2

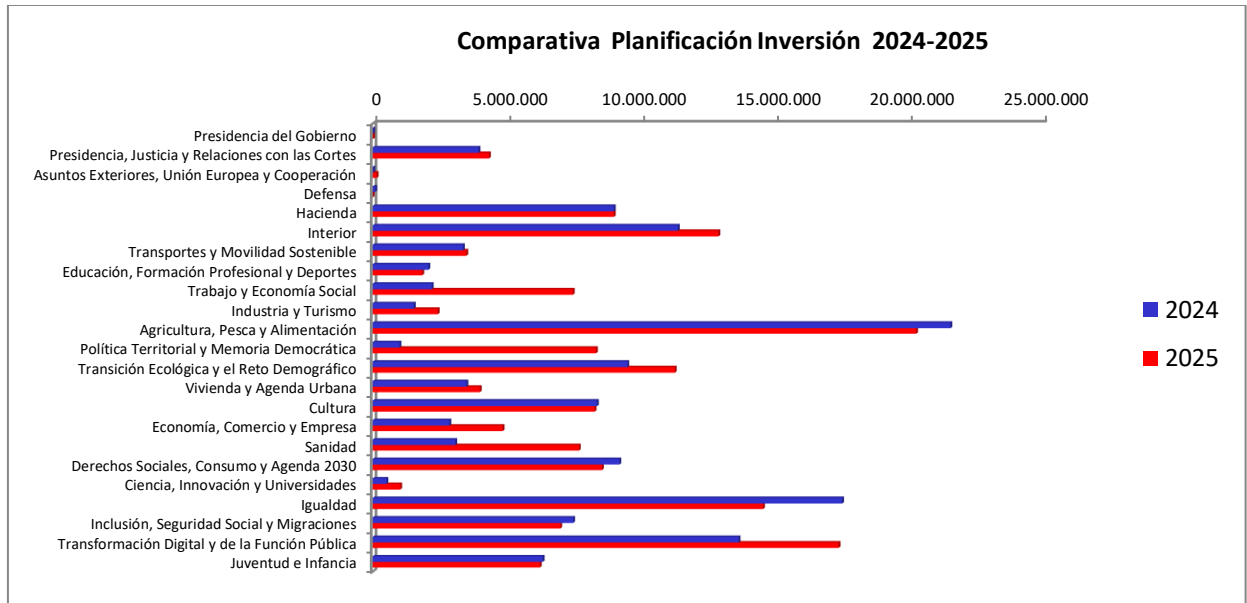


Cuadro 9.3

Ministerio	Número de campañas		
	2024	2025	Variación 2024-2025
Presidencia del Gobierno	2	1	-1
Presidencia, Justicia y Relaciones con las Cortes	7	5	-2
Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación	3	8	5
Defensa	3	0	-3
Hacienda	1	1	0
Interior	8	2	-6
Transportes y Movilidad Sostenible	4	5	1
Educación, Formación Profesional y Deportes	4	2	-2
Trabajo y Economía Social	9	8	-1
Industria y Turismo	2	2	0
Agricultura, Pesca y Alimentación	12	10	-2
Política Territorial y Memoria Democrática	3	2	-1
Transición Ecológica y el Reto Demográfico	42	43	1
Vivienda y Agenda Urbana	1	2	1
Cultura	12	14	2
Economía, Comercio y Empresa	1	1	0
Sanidad	8	8	0
Derechos Sociales, Consumo y Agenda 2030	9	7	-2
Ciencia, Innovación y Universidades	5	5	0
Igualdad	7	6	-1
Inclusión, Seguridad Social y Migraciones	6	5	-1
Transformación Digital y de la Función Pública	8	5	-3
Juventud e Infancia	5	4	-1
TOTAL	162	146	-16

Comparativa Plan 2024-Plan 2025 - Presupuesto por ministerio

Gráfico 9.4



Cuadro 9.5

Ministerio	Presupuesto		
	2024	2025	Variación 2024-2025
Presidencia del Gobierno	20.000	15.000	-5.000
Presidencia, Justicia y Relaciones con las Cortes	3.950.000	4.342.000	392.000
Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación	26.000	151.030	125.030
Defensa	100.000	0	-100.000
Hacienda	9.000.000	9.000.000	0
Interior	11.389.800	12.904.000	1.514.200
Transportes y Movilidad Sostenible	3.371.300	3.494.458	123.158
Educación, Formación Profesional y Deportes	2.080.000	1.850.000	-230.000
Trabajo y Economía Social	2.203.684	7.468.000	5.264.316
Industria y Turismo	1.538.960	2.430.000	891.040
Agricultura, Pesca y Alimentación	21.562.954	20.282.889	-1.280.065
Política Territorial y Memoria Democrática	1.000.000	8.335.000	7.335.000
Transición Ecológica y el Reto Demográfico	9.504.500	11.276.506	1.772.006
Vivienda y Agenda Urbana	3.500.000	4.000.000	500.000
Cultura	8.370.170	8.285.888	-84.282
Economía, Comercio y Empresa	2.865.000	4.850.000	1.985.000
Sanidad	3.085.000	7.696.000	4.611.000
Derechos Sociales, Consumo y Agenda 2030	9.208.345	8.558.345	-650.000
Ciencia, Innovación y Universidades	515.000	1.027.500	512.500
Igualdad	17.521.000	14.570.000	-2.951.000
Inclusión, Seguridad Social y Migraciones	7.485.000	7.000.000	-485.000
Transformación Digital y de la Función Pública	13.658.151	17.389.151	3.731.000
Juventud e Infancia	6.345.000	6.240.000	-105.000
TOTAL	138.299.864	161.165.767	22.865.903

X. Conclusiones

La Administración General del Estado ha planificado **146 campañas de publicidad y comunicación institucional** a realizar durante el año 2025, con un presupuesto de **161,16 millones de euros**. Este coste representa un 16,53% más de lo previsto en el Plan de Publicidad y Comunicación Institucional para el año 2024 (138,29 millones de euros).

La inversión publicitaria total prevista (campañas institucionales más comerciales) de la Administración General del Estado será de **270,74 millones de euros**. Aumenta un 0,25% (0,6 millones de euros más) en 2025 con respecto a lo planificado en 2024 (270,06 millones de euros).

Las principales prioridades de la Administración General del Estado en materia de publicidad y comunicación institucional en 2025 serán la *promoción en materia de derechos y deberes de la ciudadanía* con un 50,5% de la inversión total prevista y la *promoción de hábitos saludables y seguros para la ciudadanía y el cuidado de su entorno* con un 35,15% del total de las previsiones presupuestarias.

Los objetivos recogidos en el artículo 3.1 de la Ley 29/2005 más buscados en el año 2025 respecto a la inversión prevista son el 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 un 25,71%), 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*” (con un 22,39%) y el A “*promover la difusión y conocimiento de los valores y principios constitucionales*” (con un 21,40% de la inversión).

De las campañas planificadas para 2025, en **veintisiete de ellas está previsto que se superen los dos millones de euros** con el 71,03% 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, destacar el valor de las libertades y de la democracia en España, ciberseguridad, contra la violencia contra las mujeres, promoción de los alimentos de España, visibilizar del PRTR, Bono Cultural, etc.

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 al número de campañas. En 2025 le siguen en planificación radio, prensa (medios gráficos), soportes exteriores, televisión y revistas por este orden.

La AGE llevará a cabo 146 campañas institucionales en el año 2025 por importe de 161,16 millones de euros

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

Internet vuelve a posicionarse como la herramienta de comunicación más planificada, seguida de radio, prensa (medios gráficos), soportes exteriores televisión 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. Diez 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; Cultura; Economía, Comercio y Empresa; Ciencia, Innovación y Universidades y Transformación Digital y de la Función Pública.

En 2025 se llevarán a cabo **53 campañas de carácter comercial, con una inversión total de 109.574.378 euros**, disminuyendo la inversión planificada en 22.186.065 euros menos con respecto al año anterior (-16,84%).

En 2025 se llevarán a cabo 53 campañas comerciales con un presupuesto de 109,57 millones de euros

Cuadro 11.1

MINISTERIO	CENTRO DIRECTIVO/ORGANISMO	TITULO CAMPAÑA	COSTE
PRESIDENCIA, JUSTICIA Y RELACIONES CON LAS CORTES	AGENCIA ESTATAL BOLETÍN OFICIAL DEL ESTADO	PRODUCTOS Y SERVICIOS DE LA AGENCIA ESTATAL BOLETÍN OFICIAL DEL ESTADO	20.000
	CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN DE PATRIMONIO NACIONAL	DIFUSIÓN Y PROMOCIÓN DE UNA NUEVA EXPOSICIÓN TEMPORAL EN LA GALERÍA DE LAS COLECCIONES REALES SOBRE VICTORIA EUGENIA	150.000
		DIFUSIÓN Y PROMOCIÓN DE LA NUEVA EXPOSICIÓN EN LA GALERÍA DE LAS COLECCIONES REALES SOBRE TAPICES	100.000
		REAPERTURA DE LA REAL ARMERÍA DEL PALACIO REAL TRAS LA REFORMA REALIZADA CON FONDOS EUROPEOS	250.000
TOTAL PRESIDENCIA, JUSTICIA Y RELACIONES CON LAS CORTES			520.000
HACIENDA	COMPAÑÍA ESPAÑOLA DE TABACO EN RAMA, S.A. (CETARSA - SEPI)	INSERCIONES PUBLICITARIAS	38.473
	CORPORACIÓN RTVE (SEPI)	DIVULGACION DE VALORES DE RTVE Y PROMOCION DE MARCAS, PRODUCTOS Y PROGRAMAS DE LA CORPORACIÓN RTVE.	3.071.009
	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	83.000
	FUNDACIÓN SEPI	ACCIONES DE COMUNICACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE LA FUNDACIÓN.	41.000
	GRUPO HUNOSA (SEPI)	INSERCIONES PUNTUALES EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN	90.000
	HIPÓDROMO DE LA ZARZUELA (SEPI)	HIPÓDROMO DE LA ZARZUELA (HZ), EL HOGAR DEL PURA SANGRE	200.000
	MERCASA (SEPI)	INSERCIONES PUBLICITARIAS	3.630
	MINAS DE ALMADÉN Y ARRAYANES, S.A. (MAYASA - SEPI)	MINAS DE ALMADÉN - DONDE LA CULTURA ES EMOCIÓN	70.000
	NAVANTIA (SEPI)	INSERCIONES EN REVISTAS ESPECIALIZADAS Y MEDIOS GENERALISTAS SOBRE CONSTRUCCIÓN Y REPARACIÓN NAVAL, DEFENSA Y SECTOR EÓLICO MARINO	419.730
	SOCIEDAD ESTATAL CORREOS Y TELÉGRAFOS, S.A. (SEPI)	CAMPAÑAS DE MARKETING Y PUBLICIDAD DE APOYO A NEGOCIO	6.655.000
		ACCIONES DE COMUNICACIÓN Y POSICIONAMIENTO DE MARCA	2.662.000
		ACUERDOS DE COLABORACIÓN Y PATROCINIOS PUBLICITARIOS	1.433.850
	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	46.220.000
TRAGSA (SEPI)	PUBLICIDAD Y COMUNICACIÓN DE TRAGSA	166.090	
TOTAL HACIENDA			61.199.582



MINISTERIO	CENTRO DIRECTIVO/ORGANISMO	TITULO CAMPAÑA	COSTE
TRANSPORTES Y MOVILIDAD SOSTENIBLE	AENA SME, S.A.	POSICIONAMIENTO DE MARCA	13.068.000
		NEGOCIOS COMERCIALES DE AENA	3.920.400
	CENTRO NACIONAL DE INFORMACIÓN GEOGRÁFICA (CNIG)	DIFUSIÓN DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS DEL IGN Y CNIG	19.228
	ENAIRE	INSERCIÓNES PUBLICITARIAS GENÉRICAS DE ENAIRE	133.100
	INGENIERÍA Y ECONOMÍA DEL TRANSPORTE, S.A. (INECO)	POSICIONAMIENTO DE MARCA INECO	60.500
	PUERTOS DEL ESTADO	POSICIONAMIENTO DE PUERTOS DEL ESTADO Y LOS PUERTOS DE TITULARIDAD ESTATAL	150.000
	RENFE OPERADORA	NUEVOS PRODUCTOS Y SERVICIOS	8.000.000
		GRATUIDAD ABONOS/NUEVOS TRENES DE CERCANIAS Y MEDIA DISTANCIA	1.210.000
INFORMACION AFECTACION POR OBRAS Y PLANES ALTERNATIVOS DE TRANSPORTE		1.210.000	
TOTAL TRANSPORTES Y MOVILIDAD SOSTENIBLE			27.771.228
INDUSTRIA Y TURISMO	EMPRESA NACIONAL DE INNOVACIÓN, S.A. (ENISA - GRUPO PATRIMONIO)	FINANCIACIÓN ENISA	300.000
	ESCUELA DE ORGANIZACIÓN INDUSTRIAL (EOI)	PROGRAMAS GENERACIÓN D (SEDIA) - PRTR	1.126.000
		COMERCIALIZACIÓN CURSO ACADÉMICO 2025	726.000
		PROGRAMAS ACTIVA PRTR	181.500
		PROGRAMAS FSE+	133.100
		CAPTACIÓN DE BENEFICIARIOS - ACELERA STARTUPS PRTR	121.000
	INSTITUTO DE TURISMO DE ESPAÑA (TURESPAÑA)	CAMPAÑAS INTERNACIONALES DE TURESPAÑA EN 2025	1.839.136
PARADORES DE TURISMO DE ESPAÑA (GRUPO PATRIMONIO)	DONDE HAY UN PARADOR	3.778.900	
TOTAL INDUSTRIA Y TURISMO			8.205.636
AGRICULTURA, PESCA Y ALIMENTACIÓN	EXPASA AGRICULTURA Y GANADERÍA S.M.E., S.A. (GRUPO PATRIMONIO)	VISITA A LAS INSTALACIONES DE EXPASA Y PROMOCIÓN DE YEGUADA CARTUJA HIERRO DE BOCADO	29.398
TOTAL AGRICULTURA, PESCA Y ALIMENTACIÓN			29.398
TRANSICIÓN ECOLÓGICA Y EL RETO DEMOGRÁFICO	FUNDACIÓN CIUDAD DE LA ENERGÍA - CIUDEN, F.S.P.	ACTIVIDAD CULTURAL EN INSTALACIONES DE CIUDEN	125.000
		ACTIVIDAD DE LA OFICINA DE TRANSFORMACIÓN COMUNITARIA (OTC) TRANSENERCYL CIUDEN	18.000
		ACTIVIDAD FORMATIVA REALIZADA POR CIUDEN VIVERO	18.000
		PROGRAMACIÓN CULTURAL DE DINAMIZ-ARTJ	15.000
		DIFUSIÓN DE ACCIONES EN MATERIA DE HIDRÓGENO VERDE Y ALMACENAMIENTO ENERGÉTICO	10.000
TOTAL TRANSICIÓN ECOLÓGICA Y EL RETO DEMOGRÁFICO			186.000
CULTURA	INSTITUTO NACIONAL DE LAS ARTES ESCÉNICAS Y DE LA MÚSICA (INAEM)	PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN DE LAS ARTES ESCÉNICAS Y DE LA MÚSICA A TRAVÉS DE LAS PROGRAMACIONES ARTÍSTICAS Y CENTROS DE PRODUCCIÓN DEPENDIENTES DEL INAEM	1.645.000
	MUSEO NACIONAL CENTRO DE ARTE REINA SOFÍA	EXPOSICIONES Y ACTIVIDADES DEL MUSEO REINA SOFIA	120.000
	MUSEO NACIONAL DEL PRADO	DIFUSIÓN DE EXPOSICIONES Y ACTIVIDADES DEL MUSEO NACIONAL DEL PRADO	650.000
TOTAL CULTURA			2.415.000
ECONOMÍA, COMERCIO Y EMPRESA	CESCE (GRUPO PATRIMONIO)	PRODUCTOS CESCE	159.720
	DIRECCIÓN GENERAL DEL TESORO Y POLÍTICA FINANCIERA	PLAN DE EDUCACIÓN FINANCIERA 2025	20.000
	INSTITUTO DE CRÉDITO OFICIAL (ICO)	PRODUCTOS FINANCIACIÓN ICO	3.960.500
		ANUNCIOS EN MEDIOS INTERNACIONALES	300.000
TOTAL ECONOMÍA, COMERCIO Y EMPRESA			4.440.220



MINISTERIO	CENTRO DIRECTIVO/ORGANISMO	TITULO CAMPAÑA	COSTE
CIENCIA, INNOVACIÓN Y UNIVERSIDADES	UNIVERSIDAD INTERNACIONAL MENÉNDEZ-PELAYO (UIMP)	DIFUSIÓN DE LAS ACTIVIDADES ACADÉMICAS DESARROLLADAS POR LA UNIVERSIDAD INTERNACIONAL MENÉNDEZ PELAYO (UIMP)	39.914
	UNIVERSIDAD NACIONAL DE EDUCACIÓN A DISTANCIA (UNED)	OFERTA FORMATIVA DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE EDUCACIÓN A DISTANCIA	242.000
TOTAL CIENCIA, INNOVACIÓN Y UNIVERSIDADES			281.914
TRANSFORMACIÓN DIGITAL Y DE LA FUNCIÓN PÚBLICA	INSTITUTO NACIONAL DE CIBERSEGURIDAD DE ESPAÑA, S.A. (INCIBE)	CIBERSEGURIDAD PARA LA CIUDADANÍA Y EMPRESAS	2.262.700
		EMPREDIMIENTO E INTERNACIONALIZACIÓN DE LA EMPRESA ESPAÑOLA	2.262.700
TOTAL TRANSFORMACIÓN DIGITAL Y DE LA FUNCIÓN PÚBLICA			4.525.400
TOTAL			109.574.378



Anexos



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

MINISTERIO	CENTRO DIRECTIVO/ORGANISMO	Nº CAMPAÑAS	COSTE
PRESIDENCIA DEL GOBIERNO	SECRETARÍA DE ESTADO DE COMUNICACIÓN	1	15.000
TOTAL PRESIDENCIA DEL GOBIERNO		1	15.000
PRESIDENCIA, JUSTICIA Y RELACIONES CON LAS CORTES	SECRETARÍA DE ESTADO DE RELACIONES CON LAS CORTES Y ASUNTOS CONSTITUCIONALES	1	775.000
	PRESIDENCIA, JUSTICIA Y RELACIONES CON LAS CORTES	1	2.707.000
	DIRECCIÓN GENERAL PARA EL SERVICIO PÚBLICO DE JUSTICIA	1	600.000
	DIRECCIÓN GENERAL DE TRANSFORMACIÓN DIGITAL DE LA ADMINISTRACIÓN DE JUSTICIA	1	250.000
	CENTRO DE INVESTIGACIONES SOCIOLOGICAS (CIS)	1	10.000
TOTAL PRESIDENCIA, JUSTICIA Y RELACIONES CON LAS CORTES		5	4.342.000
ASUNTOS EXTERIORES, UNIÓN EUROPEA Y COOPERACIÓN	SECRETARÍA DE ESTADO DE COOPERACIÓN INTERNACIONAL	2	6.200
	DIRECCIÓN GENERAL DE COMUNICACIÓN, DIPLOMACIA PÚBLICA Y REDES	4	69.950
	AGENCIA ESPAÑOLA DE COOPERACIÓN INTERNACIONAL PARA EL DESARROLLO (AECID)	2	74.880
	TOTAL ASUNTOS EXTERIORES, UNIÓN EUROPEA Y COOPERACIÓN	8	151.030
HACIENDA	AGENCIA TRIBUTARIA	1	9.000.000
TOTAL HACIENDA		1	9.000.000
INTERIOR	SECRETARÍA DE ESTADO DE SEGURIDAD	1	1.500.000
	JEFATURA CENTRAL DE TRÁFICO - DGT	1	11.404.000
TOTAL INTERIOR		2	12.904.000
TRANSPORTES Y MOVILIDAD SOSTENIBLE	TRANSPORTES Y MOVILIDAD SOSTENIBLE	1	2.500.000
	AGENCIA ESTATAL DE SEGURIDAD FERROVIARIA	1	910.000
	ENAIRE	1	48.400
	SOCIEDAD DE SALVAMENTO Y SEGURIDAD MARÍTIMA (SASEMAR)	2	36.058
TOTAL TRANSPORTES Y MOVILIDAD SOSTENIBLE		5	3.494.458
EDUCACIÓN, FORMACIÓN PROFESIONAL Y DEPORTES	SECRETARÍA GENERAL DE FORMACIÓN PROFESIONAL	1	1.000.000
	DIRECCIÓN GENERAL DE PLANIFICACIÓN Y GESTIÓN EDUCATIVA	1	850.000
TOTAL EDUCACIÓN, FORMACIÓN PROFESIONAL Y DEPORTES		2	1.850.000
TRABAJO Y ECONOMÍA SOCIAL	GABINETE DE LA VICEPRESIDENTA SEGUNDA Y MINISTRA DE TRABAJO Y ECONOMÍA SOCIAL	3	1.500.000
	SECRETARÍA DE ESTADO DE ECONOMÍA SOCIAL	1	100.000
	SECRETARÍA DE ESTADO DE TRABAJO. UNIDAD ADMINISTRADORA DEL FONDO SOCIAL EUROPEO	1	18.000
	INSPECCIÓN DE TRABAJO Y SEGURIDAD SOCIAL	1	100.000
	INSTITUTO NACIONAL DE SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO	1	3.500.000
	SERVICIO PÚBLICO DE EMPLEO ESTATAL	1	2.250.000
	TOTAL TRABAJO Y ECONOMÍA SOCIAL	8	7.468.000
INDUSTRIA Y TURISMO	SECRETARÍA DE ESTADO DE TURISMO	1	1.000.000
	OFICINA ESPAÑOLA DE PATENTES Y MARCAS (OEPM)	1	1.430.000
TOTAL INDUSTRIA Y TURISMO		2	2.430.000



MINISTERIO	CENTRO DIRECTIVO/ORGANISMO	Nº CAMPAÑAS	COSTE
AGRICULTURA, PESCA Y ALIMENTACIÓN	SUBSECRETARÍA	1	300.000
	DIRECCIÓN GENERAL DE ALIMENTACIÓN	5	14.994.700
	DIRECCIÓN GENERAL DE DESARROLLO RURAL, INNOVACIÓN Y FORMACIÓN AGROALIMENTARIA	2	4.290.774
	ENTIDAD ESTATAL DE SEGUROS AGRARIOS (ENESA)	1	395.000
	FONDO ESPAÑOL DE GARANTÍA AGRARIA (FEGA)	1	302.415
TOTAL AGRICULTURA, PESCA Y ALIMENTACIÓN		10	20.282.889
POLÍTICA TERRITORIAL Y MEMORIA DEMOCRÁTICA	SECRETARÍA DE ESTADO DE MEMORIA DEMOCRÁTICA	1	7.835.000
	DIRECCIÓN GENERAL DE LA ADMINISTRACIÓN GENERAL DEL ESTADO EN EL TERRITORIO	1	500.000
TOTAL POLÍTICA TERRITORIAL Y MEMORIA DEMOCRÁTICA		2	8.335.000
TRANSICIÓN ECOLÓGICA Y EL RETO DEMOGRÁFICO	SUBSECRETARÍA	3	1.459.227
	INSTITUTO PARA LA DIVERSIFICACIÓN Y AHORRO DE LA ENERGÍA (IDAE)	2	4.114.000
	INSTITUTO PARA LA TRANSICIÓN JUSTA	1	350.000
	FUNDACIÓN CIUDAD DE LA ENERGÍA - CIUDEN, F.S.P.	1	25.000
	CONFEDERACIÓN HIDROGRÁFICA DEL CANTÁBRICO	1	44.500
	CONFEDERACIÓN HIDROGRÁFICA DEL DUERO	3	45.000
	CONFEDERACIÓN HIDROGRÁFICA DEL GUADALQUIVIR	4	90.540
	CONFEDERACIÓN HIDROGRÁFICA DEL GUADIANA	2	85.650
	CONFEDERACIÓN HIDROGRÁFICA DEL JÚCAR	1	5.000
	CONFEDERACIÓN HIDROGRÁFICA DEL MIÑO-SIL	7	121.000
	MANCOMUNIDAD DE LOS CANALES DEL TAIBILLA (MCT)	4	123.000
	SOCIEDAD ESTATAL AGUAS DE LAS CUENCAS DE ESPAÑA (GRUPO PATRIMONIO)	7	56.000
	SECRETARÍA DE ESTADO DE MEDIO AMBIENTE	1	2.307.500
	DIRECCIÓN GENERAL DE BIODIVERSIDAD, BOSQUES Y DESERTIFICACIÓN	1	343.500
	O.A. PARQUES NACIONALES	2	315.589
	FUNDACIÓN BIODIVERSIDAD	1	391.000
	DIRECCIÓN GENERAL DE POLÍTICAS CONTRA LA DESPOBLACIÓN	2	1.400.000
TOTAL TRANSICIÓN ECOLÓGICA Y EL RETO DEMOGRÁFICO		43	11.276.506
VIVIENDA Y AGENDA URBANA	SUBSECRETARÍA	1	3.500.000
	ENTIDAD PÚBLICA EMPRESARIAL DE SUELO (SEPES)	1	500.000
TOTAL VIVIENDA Y AGENDA URBANA		2	4.000.000
CULTURA	CENTRO DE COORDINACIÓN DE INDUSTRIAS CULTURALES	2	20.000
	DIRECCIÓN GENERAL DE DERECHOS CULTURALES	6	8.176.388
	INSTITUTO DE LA CINEMATOGRAFÍA Y DE LAS ARTES AUDIOVISUALES (ICAA)	6	89.500
TOTAL CULTURA		14	8.285.888
ECONOMÍA, COMERCIO Y EMPRESA	SUBSECRETARÍA	1	4.850.000
TOTAL ECONOMÍA, COMERCIO Y EMPRESA		1	4.850.000
SANIDAD	DIRECCIÓN GENERAL DE SALUD PÚBLICA Y EQUIDAD EN SALUD	5	6.065.000
	DIRECCIÓN GENERAL DE SALUD PÚBLICA Y EQUIDAD EN SALUD Y COMISIONADO DE SALUD MENTAL	1	631.000
	AGENCIA ESPAÑOLA DE MEDICAMENTOS Y PRODUCTOS SANITARIOS	2	1.000.000
TOTAL SANIDAD		8	7.696.000



MINISTERIO	CENTRO DIRECTIVO/ORGANISMO	Nº CAMPAÑAS	COSTE
DERECHOS SOCIALES, CONSUMO Y AGENDA 2030	DIRECCIÓN GENERAL DE AGENDA 2030	1	1.218.345
	DIRECCIÓN GENERAL DE CONSUMO	2	360.000
	DIRECCIÓN GENERAL DE ORDENACIÓN DEL JUEGO	1	2.100.000
	SECRETARÍA DE ESTADO DE DERECHOS SOCIALES	1	2.180.000
	DIRECCIÓN GENERAL DE DERECHOS DE LOS ANIMALES	1	1.200.000
	INSTITUTO DE MAYORES Y SERVICIOS SOCIALES (IMSERSO)	1	1.500.000
TOTAL DERECHOS SOCIALES, CONSUMO Y AGENDA 2030		7	8.558.345
CIENCIA, INNOVACIÓN Y UNIVERSIDADES	SECRETARÍA GENERAL DE INNOVACIÓN	1	6.000
	SECRETARÍA GENERAL DE INVESTIGACIÓN	1	6.500
	SECRETARÍA GENERAL DE UNIVERSIDADES	2	0
	CENTRO PARA EL DESARROLLO TECNOLÓGICO Y LA INNOVACIÓN, E.P.E (CDTI)	1	1.015.000
TOTAL CIENCIA, INNOVACIÓN Y UNIVERSIDADES		5	1.027.500
IGUALDAD	SECRETARÍA DE ESTADO DE IGUALDAD Y PARA LA ERRADICACIÓN DE LA VIOLENCIA CONTRA LAS MUJERES	3	6.100.000
	DELEGACIÓN DE GOBIERNO CONTRA LA VIOLENCIA DE GÉNERO	1	5.960.000
	DIRECCIÓN GENERAL PARA LA IGUALDAD DE TRATO Y NO DISCRIMINACIÓN Y CONTRA EL RACISMO	1	1.245.000
	DIRECCIÓN GENERAL PARA LA IGUALDAD REAL Y EFECTIVA DE LAS PERSONAS LGTBI+	1	1.265.000
TOTAL IGUALDAD		6	14.570.000
INCLUSIÓN, SEGURIDAD SOCIAL Y MIGRACIONES	GABINETE DE LA MINISTRA	1	1.875.000
	SECRETARÍA DE ESTADO DE MIGRACIONES	1	1.450.000
	SECRETARÍA DE ESTADO DE SEGURIDAD SOCIAL Y PENSIONES	2	1.835.000
	SECRETARÍA GENERAL DE INCLUSIÓN	1	1.840.000
TOTAL INCLUSIÓN, SEGURIDAD SOCIAL Y MIGRACIONES		5	7.000.000
TRANSFORMACIÓN DIGITAL Y DE LA FUNCIÓN PÚBLICA	INSTITUTO NACIONAL DE CIBERSEGURIDAD DE ESPAÑA, S.A. (INCIBE)	3	13.808.151
	RED.ES	2	3.581.000
TOTAL TRANSFORMACIÓN DIGITAL Y DE LA FUNCIÓN PÚBLICA		5	17.389.151
JUVENTUD E INFANCIA	SECRETARÍA DE ESTADO DE JUVENTUD E INFANCIA	3	4.940.000
	DIRECCIÓN GENERAL DE DERECHOS DE LA INFANCIA Y DE LA ADOLESCENCIA	1	1.300.000
TOTAL JUVENTUD E INFANCIA		4	6.240.000
TOTAL		146	161.165.767

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	SECRETARÍA DE ESTADO DE COMUNICACIÓN	ACCIONES DE COMUNICACIÓN EN DÍAS INTERNACIONALES Y CONMEMORACIONES	15.000	100,00%	0,01%
TOTAL PRESIDENCIA DEL GOBIERNO			15.000	100,00%	0,01%
PRESIDENCIA, JUSTICIA Y RELACIONES CON LAS CORTES	SECRETARÍA DE ESTADO DE RELACIONES CON LAS CORTES Y ASUNTOS CONSTITUCIONALES	47 ANIVERSARIO DE LA CONSTITUCIÓN ESPAÑOLA	775.000	17,85%	0,48%
	PRESIDENCIA, JUSTICIA Y RELACIONES CON LAS CORTES	BECAS SERÉ PARA LA PREPARACIÓN DE OPOSICIONES DE JUSTICIA	2.707.000	62,34%	1,68%
	DIRECCIÓN GENERAL PARA EL SERVICIO PÚBLICO DE JUSTICIA	DELITOS DE ODO. OFICINAS DE ATENCIÓN A LAS VÍCTIMAS	600.000	13,82%	0,37%
	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	250.000	5,76%	0,16%
	CENTRO DE INVESTIGACIONES SOCIOLOGICAS (CIS)	PREMIO NACIONAL DE SOCIOLOGÍA Y CIENCIA POLÍTICA 2025	10.000	0,23%	0,01%
TOTAL PRESIDENCIA, JUSTICIA Y RELACIONES CON LAS CORTES			4.342.000	100,00%	2,69%
ASUNTOS EXTERIORES, UNIÓN EUROPEA Y COOPERACIÓN	SECRETARÍA DE ESTADO DE COOPERACIÓN INTERNACIONAL	PLAN DIRECTOR, COOPERANTES, ODS Y AGENDA 2030	4.900	3,24%	0,00%
		IV CONFERENCIA DE FINANCIACIÓN SOBRE EL DESARROLLO #FFD4	1.300	0,86%	0,00%
	DIRECCIÓN GENERAL DE COMUNICACIÓN, DIPLOMACIA PÚBLICA Y REDES	EFEMÉRIDES	47.600	31,52%	0,03%
		#SABÍASQUE DIPLODATO	13.000	8,61%	0,01%
		#PORFINESLUNES	7.250	4,80%	0,00%
		VIAJA SEGURO	2.100	1,39%	0,00%
AGENCIA ESPAÑOLA DE COOPERACIÓN INTERNACIONAL PARA EL DESARROLLO (AECID)	RENOVACIÓN AECID: UNA NUEVA COOPERACIÓN	60.000	39,73%	0,04%	
	AECID CONSTRUYE, CULTURA Y VALORES. COOPERANTES POR EL MUNDO	14.880	9,85%	0,01%	
TOTAL ASUNTOS EXTERIORES, UNIÓN EUROPEA Y COOPERACIÓN			151.030	100,00%	0,09%
HACIENDA	AGENCIA TRIBUTARIA	SENSIBILIZACIÓN FISCAL E INFORMACIÓN Y ASISTENCIA A LA CIUDADANÍA EN EL CUMPLIMIENTO DE SUS OBLIGACIONES FISCALES	9.000.000	100,00%	5,58%
TOTAL HACIENDA			9.000.000	100,00%	5,58%
INTERIOR	SECRETARÍA DE ESTADO DE SEGURIDAD	PREVENCIÓN Y CONCIENCIACIÓN PARA LUCHAR CONTRA EL AUMENTO DE LAS CIBERESTAFAS	1.500.000	11,62%	0,93%
	JEFATURA CENTRAL DE TRÁFICO - DGT	CAMPAÑA PARA LA DIVULGACIÓN DE LA SEGURIDAD VIAL	11.404.000	88,38%	7,08%
TOTAL INTERIOR			12.904.000	100,00%	8,01%
TRANSPORTES Y MOVILIDAD SOSTENIBLE	TRANSPORTES Y MOVILIDAD SOSTENIBLE	PLAN DE ACCIONES DE COMUNICACIÓN SOBRE SERVICIOS DE INTERÉS PÚBLICO QUE INFLUYEN EN LA CALIDAD DE VIDA DE LA CIUDADANÍA EN EL ÁMBITO DEL TRANSPORTE Y LA MOVILIDAD	2.500.000	71,54%	1,55%
	AGENCIA ESTATAL DE SEGURIDAD FERROVIARIA	COMPORTAMIENTOS SEGUROS EN ENTORNOS FERROVIARIOS	910.000	26,04%	0,56%
	ENAIRES	DIFUSIÓN DE CONVOCATORIAS DE EMPLEO PÚBLICO, PRINCIPALMENTE CONVOCATORIAS DE PLAZAS DE CONTROL AÉREO Y TÉCNICOS DE MANTENIMIENTO	48.400	1,39%	0,03%
	SOCIEDAD DE SALVAMENTO Y SEGURIDAD MARÍTIMA (SASEMAR)	SEGURIDAD EN NÁUTICA DE RECREO	18.029	0,52%	0,01%
FUNCIONES DE SASEMAR		18.029	0,52%	0,01%	
TOTAL TRANSPORTES Y MOVILIDAD SOSTENIBLE			3.494.458	100,00%	2,17%
EDUCACIÓN, FORMACIÓN PROFESIONAL Y DEPORTES	SECRETARÍA GENERAL DE FORMACIÓN PROFESIONAL	EL NUEVO MODELO DE FORMACIÓN PROFESIONAL Y SUS POSIBILIDADES, BASADO EN LA FORMACIÓN PERMANENTE A LO LARGO DE LA VIDA PROFESIONAL PARA QUE NADIE SE QUEDE ATRÁS	1.000.000	54,05%	0,62%
	DIRECCIÓN GENERAL DE PLANIFICACIÓN Y GESTIÓN EDUCATIVA	DIFUSIÓN DE BECAS Y AYUDAS AL ESTUDIO	850.000	45,95%	0,53%
TOTAL EDUCACIÓN, FORMACIÓN PROFESIONAL Y DEPORTES			1.850.000	100,00%	1,15%



MINISTERIO	CENTRO DIRECTIVO/ORGANISMO	TITULO CAMPAÑA	COSTE	% COSTE CAMPAÑA RESPECTO AL MINISTERIO	% COSTE CAMPAÑA RESPECTO AL TOTAL
TRABAJO Y ECONOMÍA SOCIAL	GABINETE DE LA VICEPRESIDENTA SEGUNDA Y MINISTRA DE TRABAJO Y ECONOMÍA SOCIAL	INSPECCIÓN DE TRABAJO	500.000	6,70%	0,31%
		1º DE MAYO: DÍA INTERNACIONAL DEL TRABAJO	500.000	6,70%	0,31%
		REDUCCIÓN DE JORNADA	500.000	6,70%	0,31%
	SECRETARÍA DE ESTADO DE ECONOMÍA SOCIAL	2025, AÑO INTERNACIONAL DE LAS COOPERATIVAS	100.000	1,34%	0,06%
	SECRETARÍA DE ESTADO DE TRABAJO. UNIDAD ADMINISTRADORA DEL FONDO SOCIAL EUROPEO	DÍA DE EUROPA	18.000	0,24%	0,01%
	INSPECCIÓN DE TRABAJO Y SEGURIDAD SOCIAL	TIEMPO DE TRABAJO Y DERECHOS	100.000	1,34%	0,06%
	INSTITUTO NACIONAL DE SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO	SEGURIDAD Y SALUD EN EL SECTOR DEL TRABAJO DOMÉSTICO	3.500.000	46,87%	2,17%
	SERVICIO PÚBLICO DE EMPLEO ESTATAL	DIFUSIÓN DE LA NUEVA AGENCIA ESPAÑOLA DE EMPLEO Y SUS ACTIVIDADES	2.250.000	30,13%	1,40%
TOTAL TRABAJO Y ECONOMÍA SOCIAL			7.468.000	100,00%	4,63%
INDUSTRIA Y TURISMO	SECRETARÍA DE ESTADO DE TURISMO	VISIBILIZACIÓN DEL COMPONENTE 14 DEL PRTR	1.000.000	41,15%	0,62%
	OFICINA ESPAÑOLA DE PATENTES Y MARCAS (OEPM)	CONCIENCIACIÓN Y SENSIBILIZACIÓN SOBRE LAS FALSIFICACIONES DE BIENES Y MERCANCÍAS Y SUS CONSECUENCIAS SOCIALES Y ECONÓMICAS	1.430.000	58,85%	0,89%
TOTAL INDUSTRIA Y TURISMO			2.430.000	100,00%	1,51%
AGRICULTURA, PESCA Y ALIMENTACIÓN	SUBSECRETARÍA	VALORIZACIÓN DEL MUNDO RURAL	300.000	1,48%	0,19%
		ALIMENTOS DE ESPAÑA, ALIMENTOS DE TODOS	5.210.000	25,69%	3,23%
		ORGULLO DE ALIMENTOS DE ESPAÑA	4.282.600	21,11%	2,66%
	DIRECCIÓN GENERAL DE ALIMENTACIÓN	ALIMENTOS DE ESPAÑA Y GASTRONOMÍA	3.887.600	19,17%	2,41%
		PARTICIPACIÓN EN FERIAS Y EVENTOS DE CARÁCTER AGROALIMENTARIO Y PESQUERO 2025	1.500.000	7,40%	0,93%
		PREMIOS ALIMENTOS DE ESPAÑA 2025	114.500	0,56%	0,07%
	DIRECCIÓN GENERAL DE DESARROLLO RURAL, INNOVACIÓN Y FORMACIÓN AGROALIMENTARIA	CAMINOS NATURALES DE ESPAÑA. ELIGE TU CAMINO	4.000.000	19,72%	2,48%
		PRESENCIA INSTITUCIONAL DE CAMINOS NATURALES EN FITUR 2025	290.774	1,43%	0,18%
	ENTIDAD ESTATAL DE SEGUROS AGRARIOS (ENESA)	PLAN DE SEGUROS AGRARIOS	395.000	1,95%	0,25%
	FONDO ESPAÑOL DE GARANTÍA AGRARIA (FEGA)	AYUDAS PAC 2025	302.415	1,49%	0,19%
TOTAL AGRICULTURA, PESCA Y ALIMENTACIÓN			20.282.889	100,00%	12,59%
POLÍTICA TERRITORIAL Y MEMORIA DEMOCRÁTICA	SECRETARÍA DE ESTADO DE MEMORIA DEMOCRÁTICA	EL VALOR DE LAS LIBERTADES Y LA DEMOCRACIA EN ESPAÑA	7.835.000	94,00%	4,86%
	DIRECCIÓN GENERAL DE LA ADMINISTRACIÓN GENERAL DEL ESTADO EN EL TERRITORIO	LA ADMINISTRACION CERCA DE TI "LACT"	500.000	6,00%	0,31%
TOTAL POLÍTICA TERRITORIAL Y MEMORIA DEMOCRÁTICA			8.335.000	100,00%	5,17%
TRANSICIÓN ECOLÓGICA Y EL RETO DEMOGRÁFICO	SUBSECRETARÍA	SENSIBILIZACIÓN SOBRE LA IMPORTANCIA DEL ENTORNO DOÑANA	812.113	7,20%	0,50%
		SENSIBILIZACIÓN SOBRE LA IMPORTANCIA DEL MAR MENOR	582.113	5,16%	0,36%
		PROMOCIÓN DEL EMPLEO PÚBLICO EN EL MINISTERIO PARA LA TRANSICIÓN ECOLÓGICA Y EL RETO DEMOGRÁFICO	65.000	0,58%	0,04%
	INSTITUTO PARA LA DIVERSIFICACIÓN Y AHORRO DE LA ENERGÍA (IDAE)	LAS PERSONAS EN EL CENTRO DE LA TRANSICIÓN ENERGÉTICA	3.630.000	32,19%	2,25%
	INSTITUTO PARA LA TRANSICIÓN JUSTA	LÍNEAS DE AYUDAS ESTRATÉGICAS	484.000	4,29%	0,30%
	FUNDACIÓN CIUDAD DE LA ENERGÍA - CIUDEN, F.S.P.	LA NECESIDAD DE UNA TRANSICIÓN JUSTA	350.000	3,10%	0,22%
		ACTIVIDAD DE CIUDEN	25.000	0,22%	0,02%



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 CANTÁBRICO	ACTUALIDAD DE LA CONFEDERACIÓN HIDROGRÁFICA DEL CANTÁBRICO	44.500	0,39%	0,03%	
		DÍA MUNDIAL DEL MEDIO AMBIENTE	15.000	0,13%	0,01%	
	CONFEDERACIÓN HIDROGRÁFICA DEL DUERO	ACTUALIDAD DE LA CONFEDERACIÓN HIDROGRÁFICA DEL DUERO	15.000	0,13%	0,01%	
		DÍA MUNDIAL DEL AGUA	15.000	0,13%	0,01%	
	CONFEDERACIÓN HIDROGRÁFICA DEL GUADALQUIVIR		ACTUALIDAD E INFORMACIÓN DE INTERÉS PÚBLICO Y GENERAL	36.200	0,32%	0,02%
			INFORMACIÓN DE INTERÉS PARA EL SECTOR DE LA AGRICULTURA EN LA CUENCA	18.140	0,16%	0,01%
			MEDIDAS DE EFICIENCIA ADOPTADAS ANTE SITUACIÓN DE SEQUÍA Y/O INUNDACIONES	18.100	0,16%	0,01%
			DÍA MUNDIAL DEL AGUA	18.100	0,16%	0,01%
	CONFEDERACIÓN HIDROGRÁFICA DEL GUADIANA		TEMAS DE ACTUALIDAD EN LA CONFEDERACIÓN HIDROGRÁFICA DEL GUADIANA	67.500	0,60%	0,04%
		DIA MUNDIAL DEL AGUA	18.150	0,16%	0,01%	
	CONFEDERACIÓN HIDROGRÁFICA DEL JÚCAR		DÍA MUNDIAL DEL AGUA	5.000	0,04%	0,00%
	CONFEDERACIÓN HIDROGRÁFICA DEL MIÑO-SIL		LA ACTIVIDAD DE LA CHMS	18.000	0,16%	0,01%
			RIQUEZA NATURAL Y PATRIMONIO FLUVIAL EN LA DEMARCACIÓN DEL MIÑO-SIL	18.000	0,16%	0,01%
			USO SOSTENIBLE DEL AGUA	18.000	0,16%	0,01%
			FONDOS EUROPEOS	17.000	0,15%	0,01%
			EL CUIDADO DEL MEDIO AMBIENTE, RESPONSABILIDAD COMPARTIDA	17.000	0,15%	0,01%
			AGUA Y CAMBIO CLIMÁTICO: HACIA UN CAMBIO DE HÁBITOS Y DE USOS	17.000	0,15%	0,01%
	MANCOMUNIDAD DE LOS CANALES DEL TAIBILLA (MCT)		DIA MUNDIAL DEL AGUA	16.000	0,14%	0,01%
			FOMENTO DEL AHORRO DEL AGUA Y EL USO RESPONSABLE DE ESTE RECURSO.	80.000	0,71%	0,05%
			DIVULGACIÓN DE LA ACTIVIDAD QUE REALIZA LA MANCOMUNIDAD DE LOS CANALES DEL TAIBILLA.	25.000	0,22%	0,02%
			DÍA MUNDIAL DEL MEDIOAMBIENTE	9.000	0,08%	0,01%
			DÍA MUNDIAL DEL AGUA	9.000	0,08%	0,01%
			DÍA MUNDIAL DEL AGUA	10.000	0,09%	0,01%
			DIA DE EUROPA	10.000	0,09%	0,01%
			ACUAES MEJORA EL SANEAMIENTO Y DEPURACIÓN DE LA ISLA DE TENERIFE	10.000	0,09%	0,01%
			ACUAES MEJORA EL SANEAMIENTO Y DEPURACIÓN DE LOS MUNICIPIOS DE LA CUENCA ALTA DEL RIO GUADIAHO (MÁLAGA)	8.000	0,07%	0,00%
			PUESTA EN MARCHA DE LA NUEVA DEPURADORA Y EL EMISARIO DE SORIA	6.000	0,05%	0,00%
	SOCIEDAD ESTATAL AGUAS DE LAS CUENCAS DE ESPAÑA (GRUPO PATRIMONIO)		ACUAES PONE EN MARCHA LA DEPURADORA DE QUINTANAR DE LA ORDEN (TOLEDO)	6.000	0,05%	0,00%
			ACUAES MEJORA EL SANEAMIENTO Y DEPURACIÓN DE MUNICIPIOS DE LA PROVINCIA DE HUELVA	6.000	0,05%	0,00%
		SECRETARÍA DE ESTADO DE MEDIO AMBIENTE	CONCIENCIACIÓN SOBRE CAMBIO CLIMÁTICO	2.307.500	20,46%	1,43%
		DIRECCIÓN GENERAL DE BIODIVERSIDAD, BOSQUES Y DESERTIFICACIÓN	RESTAURACIÓN DE LA NATURALEZA	343.500	3,05%	0,21%
	O.A. PARQUES NACIONALES		FOMENTO MARCA DOÑANA	200.000	1,77%	0,12%
			DIFUSIÓN DE LA RED ESPAÑOLA DE RESERVAS DE LA BIOSFERA: MARCA DE CALIDAD Y ESCAPARATE VIRTUAL	115.589	1,03%	0,07%
	FUNDACIÓN BIODIVERSIDAD		LOS VALORES NATURALES DE LOS ESPACIOS MARINOS PROTEGIDOS, SUS BENEFICIOS Y LOS AVANCES EN SU CONSERVACIÓN	391.000	3,47%	0,24%
	DIRECCIÓN GENERAL DE POLÍTICAS CONTRA LA DESPOBLACIÓN		COHESIÓN TERRITORIAL	1.200.000	10,64%	0,74%
			DIFUSIÓN PROGRAMA CAMPUS RURAL	200.000	1,77%	0,12%
	TOTAL TRANSICIÓN ECOLÓGICA Y EL RETO DEMOGRÁFICO			11.276.506	100,00%	7,00%
	VIVIENDA Y AGENDA URBANA	SUBSECRETARÍA	PLAN DE ACCIONES DE COMUNICACIÓN SOBRE SERVICIOS DE INTERÉS PÚBLICO QUE INFLUYEN EN LA CALIDAD DE VIDA DE LA CIUDADANÍA EN EL ÁMBITO DE VIVIENDA Y AGENDA URBANA	3.500.000	87,50%	2,17%
		ENTIDAD PÚBLICA EMPRESARIAL DE SUELO (SEPES)	ACCIONES DE COMUNICACIÓN DE SEPES EN MATERIA DE VIVIENDA	500.000	12,50%	0,31%
	TOTAL VIVIENDA Y AGENDA URBANA			4.000.000	100,00%	2,48%



MINISTERIO	CENTRO DIRECTIVO/ORGANISMO	TITULO CAMPAÑA	COSTE	% COSTE CAMPAÑA RESPECTO AL MINISTERIO	% COSTE CAMPAÑA RESPECTO AL TOTAL
CULTURA	CENTRO DE COORDINACIÓN DE INDUSTRIAS CULTURALES	25º ANIVERSARIO BECAS FORMARTE	10.000	0,12%	0,01%
		THE GOOD GAMER	10.000	0,12%	0,01%
	DIRECCIÓN GENERAL DE DERECHOS CULTURALES	PROMOCIÓN DEL BONO CULTURAL JOVEN 2025	4.700.000	56,72%	2,92%
		DERECHOS CULTURALES	3.300.000	39,83%	2,05%
		EN DEFENSA DE LOS DERECHOS DE PROPIEDAD INTELECTUAL	118.138	1,43%	0,07%
		PLAN DE DERECHOS CULTURALES	30.000	0,36%	0,02%
		PROGRAMAS EUROPEOS "EUROPA CREATIVA" Y "CIUDADANOS, IGUALDAD, DERECHOS Y VALORES"	16.000	0,19%	0,01%
		ACTIVIDADES DEL PROGRAMA CULTURA Y CIUDADANÍA	12.250	0,15%	0,01%
	INSTITUTO DE LA CINEMATOGRAFÍA Y DE LAS ARTES AUDIOVISUALES (ICAA)	PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN DE LA CINEMATOGRAFÍA ESPAÑOLA 2025	18.000	0,22%	0,01%
		06 OCT - DÍA DEL CINE ESPAÑOL 2025	18.000	0,22%	0,01%
		CINE ESCUELA 2025	18.000	0,22%	0,01%
		PROGRAMACIÓN DE FILMOTECA ESPAÑOLA Y DE EFEMÉRIDES E HITOS DEL CINE ESPAÑOL EN 2025	12.500	0,15%	0,01%
		PREMIO NACIONAL DE CINEMATOGRAFÍA 2025	12.000	0,14%	0,01%
		PREMIOS GOYA	11.000	0,13%	0,01%
TOTAL CULTURA			8.285.888	100,00%	5,14%
ECONOMÍA, COMERCIO Y EMPRESA	SUBSECRETARÍA	DIFUSIÓN Y VISIBILIZACIÓN DEL PLAN DE RECUPERACIÓN, TRANSFORMACIÓN Y RESILIENCIA (PRTR)	4.850.000	100,00%	3,01%
TOTAL ECONOMÍA, COMERCIO Y EMPRESA			4.850.000	100,00%	3,01%
SANIDAD	DIRECCIÓN GENERAL DE SALUD PÚBLICA Y EQUIDAD EN SALUD	PROMOCIÓN DE HÁBITOS SALUDABLES EN LA INFANCIA	4.500.000	58,47%	2,79%
		SALUD Y CAMBIO CLIMÁTICO	700.000	9,10%	0,43%
		SALUD Y MUJER	450.000	5,85%	0,28%
		PREVENCIÓN DEL VIH Y OTRAS INFECCIONES DE TRANSMISIÓN SEXUAL (ITS)	230.000	2,99%	0,14%
		PREVENCIÓN DEL TABAQUISMO Y PROTECCIÓN DE LA SALUD	185.000	2,40%	0,11%
	DIRECCIÓN GENERAL DE SALUD PÚBLICA Y EQUIDAD EN SALUD Y COMISIONADO DE SALUD MENTAL	PROMOCIÓN Y PROTECCIÓN DE LA SALUD MENTAL	631.000	8,20%	0,39%
	AGENCIA ESPAÑOLA DE MEDICAMENTOS Y PRODUCTOS SANITARIOS	INFORMACIÓN SOBRE EL USO PRUDENTE DE LOS ANTIBIÓTICOS	550.000	7,15%	0,34%
		LA EVIDENCIA CIENTÍFICA APLICADA A LA SALUD	450.000	5,85%	0,28%
TOTAL SANIDAD			7.696.000	100,00%	4,78%
DERECHOS SOCIALES, CONSUMO Y AGENDA 2030	DIRECCIÓN GENERAL DE AGENDA 2030	AGENDA 2030: UN FUTURO POSIBLE	1.218.345	14,24%	0,76%
	DIRECCIÓN GENERAL DE CONSUMO	INFORMACIÓN SOBRE JUNTAS ARBITRALES DE CONSUMO	180.000	2,10%	0,11%
		SENSIBILIZACIÓN SOBRE CONSUMO SOSTENIBLE	180.000	2,10%	0,11%
	DIRECCIÓN GENERAL DE ORDENACIÓN DEL JUEGO	LA NATURALEZA Y RIESGOS DE LAS CAJAS BOTÍN	2.100.000	24,54%	1,30%
	SECRETARÍA DE ESTADO DE DERECHOS SOCIALES	SENSIBILIZACIÓN SOBRE LOS SERVICIOS PÚBLICOS DE DEPENDENCIA Y LA ATENCIÓN CENTRADA EN LA PERSONA	2.180.000	25,47%	1,35%
	DIRECCIÓN GENERAL DE DERECHOS DE LOS ANIMALES	BUENOS VECINOS	1.200.000	14,02%	0,74%
	INSTITUTO DE MAYORES Y SERVICIOS SOCIALES (IMSERSO)	SENSIBILIZACIÓN SOBRE LA IMPORTANCIA DE LA COMUNIDAD ANTE LA SOLEDAD	1.500.000	17,53%	0,93%
TOTAL DERECHOS SOCIALES, CONSUMO Y AGENDA 2030			8.558.345	100,00%	5,31%
CIENCIA, INNOVACIÓN Y UNIVERSIDADES	SECRETARÍA GENERAL DE INNOVACIÓN	PREMIOS NACIONALES DE INNOVACIÓN Y DE DISEÑO	6.000	0,58%	0,00%
	SECRETARÍA GENERAL DE INVESTIGACIÓN	PREMIOS NACIONALES DE INVESTIGACIÓN Y PREMIOS NACIONALES DE INVESTIGACIÓN PARA PERSONAS JÓVENES 2025	6.500	0,63%	0,00%
	SECRETARÍA GENERAL DE UNIVERSIDADES	CERTAMEN ARQUÍMEDES DE INTRODUCCIÓN A LA INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA	0	0,00%	0,00%
		CERTAMEN JÓVENES INVESTIGADORES/AS	0	0,00%	0,00%
	CENTRO PARA EL DESARROLLO TECNOLÓGICO Y LA INNOVACIÓN, E.P.E (CDTI)	PROGRAMAS E INSTRUMENTOS PÚBLICOS DE APOYO A LA I+D EMPRESARIAL Y LA INNOVACIÓN	1.015.000	98,78%	0,63%
TOTAL CIENCIA, INNOVACIÓN Y UNIVERSIDADES			1.027.500	100,00%	0,64%

MINISTERIO	CENTRO DIRECTIVO/ORGANISMO	TITULO CAMPAÑA	COSTE	% COSTE CAMPAÑA RESPECTO AL MINISTERIO	% COSTE CAMPAÑA RESPECTO AL TOTAL
IGUALDAD	SECRETARÍA DE ESTADO DE IGUALDAD Y PARA LA ERRADICACIÓN DE LA VIOLENCIA CONTRA LAS MUJERES	PROMOCIÓN DE LA IGUALDAD DE GÉNERO REAL Y EFECTIVA - 8M	2.300.000	15,79%	1,43%
		DIVULGACIÓN Y CONCIENCIACIÓN EN MATERIA DE EDUCACIÓN AFECTIVO-SEXUAL LIBRE DE VIOLENCIAS Y ESTEREOTIPOS SEXISTAS	2.300.000	15,79%	1,43%
		IGUALDAD SOCIAL Y LABORAL	1.500.000	10,30%	0,93%
	DELEGACIÓN DE GOBIERNO CONTRA LA VIOLENCIA DE GÉNERO	CONCIENCIACIÓN SOCIAL CONTRA LAS DISTINTAS FORMAS DE VIOLENCIA CONTRA LAS MUJERES DURANTE 2025	5.960.000	40,91%	3,70%
	DIRECCIÓN GENERAL PARA LA IGUALDAD DE TRATO Y NO DISCRIMINACIÓN Y CONTRA EL RACISMO	SENSIBILIZACIÓN SOCIAL CONTRA EL RACISMO Y LA DISCRIMINACIÓN RACIAL	1.245.000	8,54%	0,77%
	DIRECCIÓN GENERAL PARA LA IGUALDAD REAL Y EFECTIVA DE LAS PERSONAS LGTBI+	20 ANIVERSARIO DE LA LEY DEL MATRIMONIO IGUALITARIO	1.265.000	8,68%	0,78%
TOTAL IGUALDAD			14.570.000	100,00%	9,04%
INCLUSIÓN, SS Y MIGRACIONES	GABINETE DE LA MINISTRA	SEGURIDAD SOCIAL Y PERSONAS JÓVENES	1.875.000	26,79%	1,16%
	SECRETARÍA DE ESTADO DE MIGRACIONES	MIGRACIÓN, FUENTE DE RIQUEZA	1.450.000	20,71%	0,90%
	SECRETARÍA DE ESTADO DE LA SEGURIDAD SOCIAL Y PENSIONES	PROMOCIÓN DE LAS OPOSICIONES A LA SEGURIDAD SOCIAL	1.085.000	15,50%	0,67%
		NUEVAS FÓRMULAS DE JUBILACIÓN	750.000	10,71%	0,47%
	SECRETARÍA GENERAL DE INCLUSIÓN	INFORMACIÓN SOBRE EL INGRESO MÍNIMO VITAL	1.840.000	26,29%	1,14%
TOTAL INCLUSIÓN, SS Y MIGRACIONES			7.000.000	100,00%	4,34%
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 LA CIUDADANÍA Y EMPRESAS	5.998.151	34,49%	3,72%
		CONCIENCIACIÓN EN MATERIA DE CIBERSEGURIDAD. INNOVACIÓN EN CIBERSEGURIDAD EN EL ÁMBITO DE LAS UNIVERSIDADES	5.000.000	28,75%	3,10%
		TELÉFONO DE INFORMACIÓN DIGITAL 017	2.810.000	16,16%	1,74%
	RED.ES	DERECHOS DIGITALES	1.793.000	10,31%	1,11%
		DIGITALIZACIÓN DE EMPRESAS/CIUDADANÍA	1.788.000	10,28%	1,11%
TOTAL TRANSFORMACIÓN DIGITAL Y DE LA FUNCIÓN PÚBLICA			17.389.151	100,00%	10,79%
JUVENTUD E INFANCIA	SECRETARÍA DE ESTADO DE JUVENTUD E INFANCIA	ENTORNOS DIGITALES SEGUROS	2.470.000	39,58%	1,53%
		DERECHOS DE LA INFANCIA, DERECHO AL JUEGO	1.235.000	19,79%	0,77%
		SENSIBILIZACIÓN SOBRE LOS DERECHOS DE LAS GENERACIONES FUTURAS Y BIENES COMUNES	1.235.000	19,79%	0,77%
	DIRECCIÓN GENERAL DE DERECHOS DE LA INFANCIA Y DE LA ADOLESCENCIA	SENSIBILIZACIÓN CONTRA LA VIOLENCIA HACIA LA INFANCIA Y LA ADOLESCENCIA	1.300.000	20,83%	0,81%
TOTAL JUVENTUD E INFANCIA			6.240.000	100,00%	3,87%
TOTAL			161.165.767		100%

Anexo III: Relación de campañas institucionales

PRESIDENCIA DEL GOBIERNO	
SECRETARÍA DE ESTADO DE COMUNICACIÓN	
ACCIONES DE COMUNICACIÓN EN DÍAS INTERNACIONALES Y CONMEMORACIONES	
Objetivo y sentido: DIVULGAR E INFORMAR A LA CIUDADANÍA ACERCA DE ANIVERSARIOS, CONMEMORACIONES Y OTRAS ACTIVIDADES CON PROYECCIÓN PÚBLICA.	
Ejecución: Anual	Periodo de ejecución: Del 1 de febrero al 31 de diciembre de 2025
Coste: 15.000	
Aplicación presupuestaria: Subconcepto 227.99	
Soporte: Otras herramientas: redes sociales propias y webs institucionales	
Difusión: Nacional	Idioma: Castellano, catalán, gallego, euskera, valenciano e inglés
Población objetivo de la campaña: General	
Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos	

MINISTERIO DE LA PRESIDENCIA, JUSTICIA Y RELACIONES CON LAS CORTES	
SECRETARÍA DE ESTADO DE RELACIONES CON LAS CORTES Y ASUNTOS CONSTITUCIONALES	
47 ANIVERSARIO DE LA CONSTITUCIÓN ESPAÑOLA	
Objetivo y sentido: CONMEMORAR LA EFEMÉRIDE Y ACERCAR EL TEXTO CONSTITUCIONAL A LA POBLACIÓN ESPAÑOLA. PROMOVER SU CONSIDERACIÓN COMO UNA HERRAMIENTA ÚTIL, CERCANA, CON LA QUE SEGUIR CONSOLIDANDO Y AMPLIANDO DERECHOS, Y AFRONTANDO LOS RETOS DEL PRESENTE Y EL FUTURO DE NUESTRO PAÍS.	
Ejecución: Anual	Periodo de ejecución: Del 17 de noviembre al 20 de diciembre de 2025
Coste: 775.000	
Aplicación presupuestaria: Subconcepto 226.02	
Soporte: 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	
Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos	

MINISTERIO DE LA PRESIDENCIA, JUSTICIA Y RELACIONES CON LAS CORTES

BECAS SERÉ PARA LA PREPARACIÓN DE OPOSICIONES DE JUSTICIA

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

Ejecución: Anual **Periodo de ejecución:** Del 1 de marzo al 31 de diciembre de 2025

Coste: 2.707.000

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 **Evaluación:** Postest

Población objetivo de la campaña: General y estudiantes

Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

DIRECCIÓN GENERAL PARA EL SERVICIO PÚBLICO DE JUSTICIA

DELITOS DE ODIOS. OFICINAS DE ATENCIÓN A LAS VÍCTIMAS

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

Ejecución: Anual **Periodo de ejecución:** Del 31 de marzo al 31 de julio de 2025

Coste: 600.000

Aplicación presupuestaria: Subconcepto 226.02

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

Difusión: Regional **Idioma:** Castellano

Población objetivo de la campaña: General

Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

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 CIUDADANÍA Y EMPRESAS A LOS SERVICIOS OFRECIDOS POR LA ADMINISTRACIÓN DE JUSTICIA. DIRIGIDA A LOS PROFESIONALES Y CIUDADANÍA EN GENERAL PARA MOSTRAR TODOS LOS TRÁMITES Y SERVICIOS QUE SE PUEDEN REALIZAR DE FORMA ONLINE, ASÍ COMO DIFUNDIR LA IDEA DE UNA JUSTICIA MODERNA, CLARA Y ACCESIBLE.

Ejecución: Anual **Periodo de ejecución:** Del 1 de abril al 30 de noviembre de 2025

Coste: 250.000

Aplicación presupuestaria: Subconcepto 226.02

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

Difusión: Regional **Idioma:** Castellano y catalán

Población objetivo de la campaña: General

Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos



MINISTERIO DE LA PRESIDENCIA, JUSTICIA Y RELACIONES CON LAS CORTES



CENTRO DE INVESTIGACIONES SOCIOLÓGICAS (CIS)

PREMIO NACIONAL DE SOCIOLOGÍA Y CIENCIA POLÍTICA 2025

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

Ejecución: Anual

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

Coste: 10.000

Aplicación presupuestaria: Subconcepto 226.02

SopORTE: Prensa y relaciones públicas

Difusión: Nacional

Idioma: Castellano

Población objetivo de la campaña: General

MINISTERIO DE ASUNTOS EXTERIORES, UNIÓN EUROPEA Y COOPERACIÓN

SECRETARÍA DE ESTADO DE COOPERACIÓN INTERNACIONAL

PLAN DIRECTOR, COOPERANTES, ODS Y AGENDA 2030

Objetivo y sentido: DIFUNDIR EL "PLAN DIRECTOR" Y LAS PRIORIDADES GEOGRÁFICAS Y TEMÁTICAS DE LA COOPERACIÓN ESPAÑOLA, PILAR ESENCIAL DE NUESTRA POLÍTICA EXTERIOR.

Ejecución: Anual

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

Coste: 4.900

Aplicación presupuestaria: Subconcepto 227.06

SopORTE: Internet, marketing y otras herramientas: portal web y redes sociales propias

Difusión: Nacional

Idioma: Castellano

Población objetivo de la campaña: General

Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos



MINISTERIO DE ASUNTOS EXTERIORES, UNIÓN EUROPEA Y COOPERACIÓN

SECRETARÍA DE ESTADO DE COOPERACIÓN INTERNACIONAL

IV CONFERENCIA DE FINANCIACIÓN SOBRE EL DESARROLLO #FFD4

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

Ejecución: Anual **Periodo de ejecución:** Del 1 de enero al 31 de julio de 2025

Coste: 1.300

Aplicación presupuestaria: Subconcepto 227.06

Soporte: Internet, marketing y otras herramientas: redes sociales propias

Difusión: Nacional **Idioma:** Castellano e inglés

Población objetivo de la campaña: General

Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

DIRECCIÓN GENERAL DE COMUNICACIÓN, DIPLOMACIA PÚBLICA Y REDES

EFEMÉRIDES

Objetivo y sentido: DIFUNDIR EN DÍAS INTERNACIONALES LAS ACCIONES DE ESPAÑA/EXTERIORES EN EL ÁMBITO DE CADA CONMEMORACIÓN QUE SE CELEBRE.

Ejecución: Anual **Periodo de ejecución:** Del 7 de enero al 22 de diciembre de 2025

Coste: 47.600

Aplicación presupuestaria: Subconcepto 227.06

Soporte: Otras herramientas: portal web y redes sociales propias

Difusión: Internacional **Idioma:** Castellano

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

Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

Observaciones: Encargo específico dentro de un contrato mayor de creativities en vigor en el Ministerio.

#SABÍASQUE DIPLODATO

Objetivo y sentido: FACILITAR LA COMPRESIÓN DE LA HISTORIA DE ESPAÑA Y SUS RELACIONES INTERNACIONALES MEDIANTE LA RECOPIACIÓN DE HISTORIAS, EVENTOS Y HECHOS RELEVANTES PRESENTADOS DE UNA MANERA SENCILLA.

Ejecución: Anual **Periodo de ejecución:** Del 7 de enero al 22 de diciembre de 2025

Coste: 13.000

Aplicación presupuestaria: Subconcepto 227.06

Soporte: Otras herramientas: portal web y redes sociales propias

Difusión: Internacional **Idioma:** Castellano

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

Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

MINISTERIO DE ASUNTOS EXTERIORES, UNIÓN EUROPEA Y COOPERACIÓN

DIRECCIÓN GENERAL DE COMUNICACIÓN, DIPLOMACIA PÚBLICA Y REDES

#PORFINESLUNES

Objetivo y sentido: DIFUNDIR LAS OFERTAS DE TRABAJO, DE FORMACIÓN Y PRÁCTICAS EN EL SECTOR DE LAS RELACIONES INTERNACIONALES.

Ejecución: Anual

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

Coste: 7.250

Aplicación presupuestaria: Subconcepto 227.06

Soporte: Otras herramientas: portal web y redes sociales propias

Difusión: Internacional

Idioma: Castellano

Población objetivo de la campaña: General y estudiantes

Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

VIAJA SEGURO

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

Ejecución: Anual

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

Coste: 2.100

Aplicación presupuestaria: Subconcepto 227.06

Soporte: Otras herramientas: portal web y redes sociales propias

Difusión: Internacional

Idioma: Castellano

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

Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos



AGENCIA ESPAÑOLA DE COOPERACIÓN INTERNACIONAL PARA EL DESARROLLO (AECID)

RENOVACIÓN AECID: UNA NUEVA COOPERACIÓN

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

Ejecución: Anual

Periodo de ejecución: Del 1 de marzo al 30 de diciembre de 2025

Coste: 60.000

Aplicación presupuestaria: Subconcepto 227.06

Soporte: Radio, Internet y exterior

Difusión: Nacional

Idioma: Castellano, catalán, gallego, euskera y valenciano

Evaluación: Postest

Población objetivo de la campaña: Estudiantes

Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos



MINISTERIO DE ASUNTOS EXTERIORES, UNIÓN EUROPEA Y COOPERACIÓN



AGENCIA ESPAÑOLA DE COOPERACIÓN INTERNACIONAL PARA EL DESARROLLO (AECID)

AECID CONSTRUYE, CULTURA Y VALORES. COOPERANTES POR EL MUNDO

Objetivo y sentido: DIFUNDIR LAS ACTIVIDADES DE COOPERACIÓN ESPAÑOLA EN RELACIÓN CON UNA SERIE DE VALORES DE INTERÉS GENERAL: #AECIDSALUD, #AECIDVERDE, #AECIDIGUALDAD

Ejecución: Anual

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

Coste: 14.880

Aplicación presupuestaria: Subconcepto 227.06

Soporte: Otras herramientas: portal web y redes sociales propias

Difusión: Nacional

Idioma: Castellano

Población objetivo de la campaña: General

Medidas accesibilidad: 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

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

Ejecución: Anual

Periodo de ejecución: A determinar

Coste: 9.000.000

Aplicación presupuestaria: Subconcepto 226.02

Soporte: Televisión, radio, prensa 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

SECRETARÍA DE ESTADO DE SEGURIDAD

PREVENCIÓN Y CONCIENCIACIÓN PARA LUCHAR CONTRA EL AUMENTO DE LAS CIBERESTAFAS

Objetivo y sentido: CONCIENCIAR ACERCA DE LA IMPORTANCIA DEL PROBLEMA QUE REPRESENTA LA CIBERCRIMINALIDAD Y MEJORAR LA PREPARACIÓN DE LA CIUDADANÍA FRENTE A ESTE FENÓMENO, FACILITÁNDOLE EL CONOCIMIENTO DE MECANISMOS BÁSICOS DE PREVENCIÓN Y PROTECCIÓN. AYUDAR A COMBATIR LA CIBERDELINCUENCIA, TENIENDO EN CUENTA QUE SE TRATA DE UN FENÓMENO DELICTIVO CON BAJA TASA DE ESCLARECIMIENTO, DEBIDO A LAS DIFICULTADES DE INVESTIGACIÓN, Y EN LA QUE LA PREVENCIÓN PUEDE SER CLAVE.

Ejecución: Anual **Periodo de ejecución:** Del 1 de mayo al 31 de diciembre de 2025

Coste: 1.500.000

Aplicación presupuestaria: Concepto 640

Soporte: Televisión, radio, prensa, revistas 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

JEFATURA CENTRAL DE TRÁFICO - DGT



CAMPAÑA PARA LA DIVULGACIÓN DE LA SEGURIDAD VIAL

Objetivo y sentido: CONCIENCIAR A LA CIUDADANÍA 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 2025 al 30 de abril de 2026

Coste: 11.404.000 **Coste Plurianual:** 11.404.000

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, personas trabajadoras y cualquier población que tenga relación con el tráfico y la seguridad vial

Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

MINISTERIO DE TRANSPORTES Y MOVILIDAD SOSTENIBLE

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

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

Ejecución: Plurianual **Periodo de ejecución:** Del 1 de febrero de 2025 al 19 de diciembre de 2026

Coste: 2.500.000 **Coste Plurianual:** 5.000.000

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

MINISTERIO DE TRANSPORTES Y MOVILIDAD SOSTENIBLE



AGENCIA ESTATAL DE SEGURIDAD FERROVIARIA

AGENCIA ESTATAL DE SEGURIDAD FERROVIARIA

COMPORTAMIENTOS SEGUROS EN ENTORNOS FERROVIARIOS

Objetivo y sentido: DIFUNDIR PAUTAS Y CONDUCTAS DE MOVILIDAD SEGURA, PROMOVRIENDO NUEVOS HÁBITOS, Y CONCIENCIANDO SOBRE EL RIESGO EXISTENTE EN LOS ENTORNOS FERROVIARIOS. INFORMAR SOBRE CÓMO SE DEBE ACTUAR PARA TENER SEGURIDAD Y MITIGAR LOS PELIGROS Y SUS RIESGOS ASOCIADOS. PROMOVER ENTRE LAS PERSONAS USUARIAS EL ACCESO Y USO SEGURO A LAS ESTACIONES DE FERROCARRIL, SEGURIDAD EN LOS CRUCES EN PASOS A NIVEL Y CRUCES ENTRE ANDENES.

Ejecución: Plurianual

Periodo de ejecución: A determinar

Coste: 910.000

Coste Plurianual: 1.660.000

Aplicación presupuestaria: Concepto 640

Soporte: Prensa, revistas, Internet, exterior y otras herramientas: redes sociales propias

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



ENAIRE

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

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

Ejecución: Anual

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

Coste: 48.400

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

Soporte: Prensa, revistas e Internet

Difusión: Internacional

Idioma: Castellano e inglés

Población objetivo de la campaña: General y estudiantes

Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos



SOCIEDAD DE SALVAMENTO Y SEGURIDAD MARÍTIMA (SASEMAR)

SEGURIDAD EN NÁUTICA DE RECREO

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

Ejecución: Anual

Periodo de ejecución: A determinar

Coste: 18.029

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

Soporte: Revistas e Internet

Difusión: Nacional

Idioma: Castellano

Población objetivo de la campaña: Personas usuarias de Náutica de Recreo

Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos



MINISTERIO DE TRANSPORTES Y MOVILIDAD SOSTENIBLE



SOCIEDAD DE SALVAMENTO Y SEGURIDAD MARÍTIMA (SASEMAR)

FUNCIONES DE SASEMAR

Objetivo y sentido: COMUNICAR LAS FUNCIONES DE SASEMAR EN EL ÁMBITO DE LA GESTIÓN DE LAS EMERGENCIAS MARÍTIMAS.

Ejecución: Anual

Periodo de ejecución: A determinar

Coste: 18.029

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

Soporte: A determinar

Difusión: Nacional

Idioma: Castellano

Población objetivo de la campaña: Profesionales de la Marina Mercante y público general

Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

MINISTERIO DE EDUCACIÓN, FORMACIÓN PROFESIONAL Y DEPORTES

SECRETARÍA GENERAL DE FORMACIÓN PROFESIONAL

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

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

Ejecución: Plurianual

Periodo de ejecución: Del 1 de marzo de 2024 al 30 de junio de 2025

Coste: 1.000.000

Coste Plurianual: 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/as y personas trabajadoras

Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos



MINISTERIO DE EDUCACIÓN, FORMACIÓN PROFESIONAL Y DEPORTES

DIRECCIÓN GENERAL DE PLANIFICACIÓN Y GESTIÓN EDUCATIVA

DIFUSIÓN DE BECAS Y AYUDAS AL ESTUDIO

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

Ejecución: Anual **Periodo de ejecución:** Del 1 al 31 de marzo de 2025

Coste: 850.000

Aplicación presupuestaria: Subconcepto 226.02

Soporte: Televisión, radio, prensa, Internet y marketing directo

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

Población objetivo de la campaña: Estudiantes

Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

MINISTERIO DE TRABAJO Y ECONOMÍA SOCIAL

GABINETE DE LA VICEPRESIDENTA SEGUNDA Y MINISTRA DE TRABAJO Y ECONOMÍA SOCIAL

INSPECCIÓN DE TRABAJO

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

Ejecución: Anual **Periodo de ejecución:** Del 1 de marzo al 30 de noviembre de 2025

Coste: 500.000

Aplicación presupuestaria: Subconcepto 226.02

Soporte: Radio, prensa, revistas, Internet y exterior

Difusión: Nacional **Idioma:** Castellano

Población objetivo de la campaña: Empresarios/as, personas trabajadoras y sindicatos

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 2025

Coste: 500.000

Aplicación presupuestaria: Subconcepto 226.02

Soporte: Radio, prensa, revistas, Internet y exterior

Difusión: Nacional **Idioma:** Castellano

Población objetivo de la campaña: General, empresarios/as y personas trabajadoras

Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos



MINISTERIO DE TRABAJO Y ECONOMÍA SOCIAL

GABINETE DE LA VICEPRESIDENTA SEGUNDA Y MINISTRA DE TRABAJO Y ECONOMÍA SOCIAL

REDUCCIÓN DE JORNADA

Objetivo y sentido: INFORMAR ACERCA DEL CAMBIO DE LAS CONDICIONES LABORALES EN RELACIÓN AL HORARIO Y LA CONCILIACIÓN, APROBADAS CON LA REDUCCIÓN DE JORNADA.

Ejecución: Anual

Periodo de ejecución: Del 1 de marzo al 30 de noviembre de 2025

Coste: 500.000

Aplicación presupuestaria: Subconcepto 226.02

Soporte: Radio, prensa, revistas, Internet y exterior

Difusión: Nacional

Idioma: Castellano

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

Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

SECRETARÍA DE ESTADO DE ECONOMÍA SOCIAL

2025, AÑO INTERNACIONAL DE LAS COOPERATIVAS

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

Ejecución: Anual

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

Coste: 100.000

Aplicación presupuestaria: Subconcepto 226.02

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

Difusión: Nacional

Idioma: Castellano

Población objetivo de la campaña: Estudiantes, infantil/juvenil, mujeres y jóvenes emprendedores/as

Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

SECRETARÍA DE ESTADO DE TRABAJO
UNIDAD ADMINISTRADORA DEL FONDO SOCIAL EUROPEO

DÍA DE EUROPA

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

Ejecución: Anual

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

Coste: 18.000

Aplicación presupuestaria: Subconcepto 226.02

Soporte: Internet, marketing directo, relaciones públicas y otras herramientas: redes sociales

Difusión: Nacional

Idioma: Castellano

Población objetivo de la campaña: General

Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

Observaciones: Campaña financiada con el FSE+



MINISTERIO DE TRABAJO Y ECONOMÍA SOCIAL



INSPECCIÓN DE TRABAJO Y SEGURIDAD SOCIAL

TIEMPO DE TRABAJO Y DERECHOS

Objetivo y sentido: INFORMAR A LAS EMPRESAS Y A LAS PERSONAS TRABAJADORAS DEL PAPEL DE LA INSPECCIÓN DE TRABAJO Y SEGURIDAD SOCIAL COMO GARANTE DE LOS DERECHOS VINCULADOS AL TIEMPO DE TRABAJO. DIFUNDIR INFORMACIÓN ACERCA DEL REGISTRO HORARIO, HORAS EXTRA, TIEMPO PARCIAL O DESCONEXIÓN DIGITAL.

Ejecución: Anual

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

Coste: 100.000

Aplicación presupuestaria: Subconcepto 226.02

Soporte: Radio, prensa, revistas, Internet y exterior

Difusión: Nacional

Idioma: Castellano

Población objetivo de la campaña: Empresarios/as, personas trabajadoras y sindicatos

Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos



INSTITUTO NACIONAL DE SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO

SEGURIDAD Y SALUD EN EL SECTOR DEL TRABAJO DOMÉSTICO

Objetivo y sentido: CONSEGUIR UN ENTORNO DE TRABAJO SEGURO Y SALUDABLE PARA LAS PERSONAS TRABAJADORAS ENGLOBALADAS EN EL SECTOR DEL TRABAJO DOMÉSTICO. LA ENTRADA EN VIGOR DEL RD 893/24 TIENE IMPLICACIONES PARA TODOS LOS HOGARES QUE CUENTAN CON ESTE PERSONAL. LOS DERECHOS Y DEBERES DERIVADOS DE ESTA NORMA, TIENEN EL OBJETIVO DE APOYAR A LAS PERSONAS MÁS VULNERABLES, YA QUE SE TRATA DE UN SECTOR ESPECIALMENTE PRECARIZADO Y FEMINIZADO, EN EL QUE UN 42% DE LAS PERSONAS QUE DESEMPEÑAN ESTA ACTIVIDAD, SON MUJERES EXTRANJERAS.

Ejecución: Anual

Periodo de ejecución: A determinar

Coste: 3.500.000

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



SERVICIO PÚBLICO DE EMPLEO ESTATAL

DIFUSIÓN DE LA NUEVA AGENCIA ESPAÑOLA DE EMPLEO Y SUS ACTIVIDADES

Objetivo y sentido: DIFUNDIR LA NUEVA MARCA DE LA AGENCIA ESPAÑOLA DE EMPLEO Y SUS ACTIVIDADES.

Ejecución: Plurianual

Periodo de ejecución: Del 1 de febrero de 2025 al 31 de diciembre de 2026

Coste: 2.250.000

Coste Plurianual: 2.250.000

Aplicación presupuestaria: Subconcepto 226.02

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

Difusión: Nacional

Idioma: Castellano

Evaluación: Postest

Población objetivo de la campaña: General y personas desempleadas

Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos



MINISTERIO DE INDUSTRIA Y TURISMO

SECRETARÍA DE ESTADO DE TURISMO

VISIBILIZACIÓN DEL COMPONENTE 14 DEL PRTR

Objetivo y sentido: VISIBILIZAR EL IMPACTO TRANSFORMADOR Y LAS OPORTUNIDADES QUE OFRECE EL COMPONENTE 14 DE LOS FONDOS EUROPEOS VINCULADOS AL PLAN DE RECUPERACIÓN, TRANSFORMACIÓN Y RESILIENCIA EN BENEFICIO DEL TURISMO. DIFUNDIR PROYECTOS QUE PUEDEN LLEVARSE A CABO EN DIVERSAS REGIONES DE ESPAÑA, A TRAVÉS DE PYMES Y EMPRESAS, PARA MEJORAR SERVICIOS Y TRANSFORMAR LAS COMUNIDADES LOCALES.

Ejecución: Anual

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

Coste: 1.000.000

Aplicación presupuestaria: Subconcepto 226.02

Soporte: Radio, prensa, revistas, Internet, exterior, cine y relaciones públicas

Difusión: Nacional

Idioma: Castellano, catalán, gallego, euskera y valenciano

Población objetivo de la campaña: General y empresarios/as

Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos



Oficina Española de Patentes y Marcas

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 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 2025

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, SU CONTRIBUCIÓN FUNDAMENTAL A LA SEGURIDAD ALIMENTARIA, LA PRESERVACIÓN DEL MEDIO AMBIENTE Y LA DIVERSIDAD CULTURAL. DIFUNDIR LAS VENTAJAS DE VIVIR Y TRABAJAR EN EL CAMPO, CON UNA DISTRIBUCIÓN MÁS EQUITATIVA DE LA POBLACIÓN Y LOS RECURSOS. ABORDAR LA IMPORTANCIA DE PRESERVAR LA IDENTIDAD CULTURAL Y LAS TRADICIONES ARRAIGADAS EN LAS COMUNIDADES RURALES.

Ejecución: Plurianual

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

Coste: 300.000

Coste Plurianual: 332.000

Aplicación presupuestaria: Subconcepto 226.02 y 640.08

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

Difusión: Nacional

Idioma: Castellano

Evaluación: Postest

Población objetivo de la campaña: Población urbana entre 25 y 50 años

Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

DIRECCIÓN GENERAL DE ALIMENTACIÓN

ALIMENTOS DE ESPAÑA, ALIMENTOS DE TODOS

Objetivo y sentido: PROMOCIONAR LOS ALIMENTOS EMBLEMÁTICOS PRODUCIDOS EN NUESTRO PAÍS Y QUE FORMAN PARTE DE NUESTRA GASTRONOMÍA, ESPECIALMENTE LOS PRODUCTOS CON CALIDAD DIFERENCIADA, LA PRODUCCIÓN ECOLÓGICA Y PRODUCTOS PESQUEROS. 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 15 de diciembre de 2024 al 15 de junio de 2025

Coste: 5.210.000

Coste Plurianual: 5.210.000

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

ORGULLO DE ALIMENTOS DE ESPAÑA

Objetivo y sentido: PROMOCIONAR LOS ALIMENTOS EMBLEMÁTICOS PRODUCIDOS EN NUESTRO PAÍS Y QUE FORMAN PARTE DE NUESTRA GASTRONOMÍA, ESPECIALMENTE LOS PRODUCTOS PROPIOS DE LA DIETA MEDITERRÁNEA. DAR VISIBILIDAD A LA MARCA ALIMENTOS DE ESPAÑA ESTABLECIENDO VÍNCULOS CON OTRAS DISCIPLINAS COMO LA GASTRONOMÍA, EL DEPORTE Y LA CULTURA. Y SEGUIR IDENTIFICANDO A ESPAÑA COMO POTENCIA ALIMENTARIA. FOMENTAR AQUELLOS ALIMENTOS CUYA PRESENCIA EN LA COMPRA SE HA VISTO MÁS AFECTADA SEGÚN LOS DATOS DE LOS PANELES DE CONSUMO DEL MINISTERIO DE AGRICULTURA, PESCA Y ALIMENTACIÓN.

Ejecución: Plurianual

Periodo de ejecución: Del 15 de octubre de 2025 al 15 de agosto de 2026

Coste: 4.282.600

Coste Plurianual: 6.631.604

Aplicación presupuestaria: Subconcepto 640.08

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

Difusión: Nacional

Idioma: Castellano

Evaluación: Postest

Población objetivo de la campaña: Responsables de compra en el hogar de menos de 50 años

Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

ALIMENTOS DE ESPAÑA Y GASTRONOMÍA

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. CONTRIBUIR AL RECONOCIMIENTO DE ESPAÑA COMO POTENCIA ALIMENTARIA Y GASTRONÓMICA. FOMENTAR AQUELLOS ALIMENTOS CUYA PRESENCIA EN LA COMPRA SE HA VISTO MÁS AFECTADA SEGÚN LOS DATOS DE LOS PANELES DE CONSUMO DEL MINISTERIO DE AGRICULTURA, PESCA Y ALIMENTACIÓN.

Ejecución: Anual

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

Coste: 3.887.600

Aplicación presupuestaria: Subconcepto 640.08

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

Difusión: Nacional

Idioma: Castellano

Evaluación: Postest

Población objetivo de la campaña: Responsables de compra en hogares de menos de 50 años

Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

PARTICIPACIÓN EN FERIAS Y EVENTOS DE CARÁCTER AGROALIMENTARIO Y PESQUERO 2025

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

Ejecución: Anual

Periodo de ejecución: Del 1 de enero al 20 de diciembre de 2025

Coste: 1.500.000

Aplicación presupuestaria: Subconcepto 640.08

Soporte: Relaciones públicas

Difusión: Nacional

Idioma: Castellano

Población objetivo de la campaña: General



MINISTERIO DE AGRICULTURA, PESCA Y ALIMENTACIÓN

DIRECCIÓN GENERAL DE ALIMENTACIÓN

PREMIOS ALIMENTOS DE ESPAÑA 2025

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

Ejecución: Anual

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

Coste: 114.500

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: DAR A CONOCER LA RED DE CAMINOS NATURALES Y LOS VALORES QUE OFRECE ENTRE EL PÚBLICO EN GENERAL Y LA POBLACIÓN LOCAL USUARIA DE ESTAS INFRAESTRUCTURAS.

Ejecución: Anual

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

Coste: 4.000.000

Aplicación presupuestaria: Concepto 641

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

Difusión: Nacional

Idioma: Castellano, catalán, gallego, euskera y valenciano

Evaluación: Postest

Población objetivo de la campaña: Personas de 25 a 54 años que realizan actividades en la naturaleza (senderistas y cicloturistas) y, que tienen interés en realizar turismo en el medio rural

Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

PRESENCIA INSTITUCIONAL DE CAMINOS NATURALES EN FITUR 2025

Objetivo y sentido: PARTICIPACIÓN EN LA FERIA FITUR 2025 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 2025

Coste: 290.774

Aplicación presupuestaria: Concepto 641

Soporte: Relaciones públicas

Difusión: Nacional

Idioma: Castellano

Población objetivo de la campaña: General

Medidas accesibilidad: Stand accesible



MINISTERIO DE AGRICULTURA, PESCA Y ALIMENTACIÓN



ENTIDAD ESTATAL DE SEGUROS AGRARIOS (ENESA)

PLAN DE SEGUROS AGRARIOS

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

Ejecución: Anual

Periodo de ejecución: Del 15 de mayo al 30 de septiembre de 2025

Coste: 395.000

Aplicación presupuestaria: Subconcepto 226.02

Soporte: Televisión, radio, revistas, Internet y otras herramientas: redes sociales

Difusión: Nacional

Idioma: Castellano, catalán, gallego, euskera y valenciano

Población objetivo de la campaña: Personas trabajadoras, GA/as, ganaderos/as, propietarios forestales y acuicultores/as

Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos



FONDO ESPAÑOL DE GARANTÍA AGRARIA (FEGA)

AYUDAS PAC 2025

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

Ejecución: Anual

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

Coste: 302.415

Aplicación presupuestaria: Subconcepto 226.02

Soporte: Radio, prensa, revistas 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 POLÍTICA TERRITORIAL Y MEMORIA DEMOCRÁTICA

SECRETARÍA DE ESTADO DE MEMORIA DEMOCRÁTICA

EL VALOR DE LAS LIBERTADES Y LA DEMOCRACIA EN ESPAÑA

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

Ejecución: Plurianual **Periodo de ejecución:** Del 1 de marzo de 2025 al 30 de junio de 2026

Coste: 7.835.000 **Coste Plurianual:** 8.050.000

Aplicación presupuestaria: Subconcepto 227.06

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

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

DIRECCIÓN GENERAL DE LA ADMINISTRACIÓN GENERAL DEL ESTADO EN EL TERRITORIO

LA ADMINISTRACION CERCA DE TI "LACT"

Objetivo y sentido: DAR A CONOCER LA ADMINISTRACIÓN CERCA DE TI (LACT) CON EL OBJETIVO DE QUE MÁS CIUDADANOS Y CIUDADANAS, A TRAVÉS DE LA PRESENCIA DE LACT EN MÁS MUNICIPIOS, PUEDAN BENEFICIARSE DE ESTE SERVICIO. LACT ES UN SERVICIO DE PROXIMIDAD QUE ACERCA LOS SERVICIOS DE LA AGE A MUNICIPIOS QUE CARECEN DE OFICINAS FÍSICAS. AUNQUE EN UN PRIMER MOMENTO SE CENTRABA EN LOS SERVICIOS PROPIOS DE LAS DELEGACIONES DEL GOBIERNO, DESDE SU PUESTA EN MARCHA SE HAN IDO INCORPORANDO SERVICIOS DE OTROS ORGANISMOS DE LA AGE (POR EJEMPLO LA D.G. DE TRÁFICO, EL SEPE, EL INSS O LA TGSS). TAMBIÉN BUSCA FACILITAR EL USO DE LA ADMINISTRACIÓN ELECTRÓNICA, INFORMANDO Y AYUDANDO EN LA OBTENCIÓN DE IDENTIFICACIÓN Y CREDENCIALES Y A LA DIFUSIÓN Y MANEJO DE LAS PLATAFORMAS Y SEDES ELECTRÓNICAS DE LA AGE. EN 2025 ESTÁ PREVISTO QUE LACT PRESTE ESPECIAL ATENCIÓN A COLECTIVOS ESPECÍFICOS, COMO ESTUDIANTES Y PERSONAS EN SITUACIÓN DE VULNERABILIDAD.

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

Coste: 500.000

Aplicación presupuestaria: Subconcepto 226.02

Soporte: Radio, Internet, exterior, marketing, relaciones públicas y otras herramientas: posters, folletos...

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

Población objetivo de la campaña: General, estudiantes y colectivos vulnerables

Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

MINISTERIO PARA LA TRANSICIÓN ECOLÓGICA Y EL RETO DEMOGRÁFICO**SUBSECRETARÍA****SENSIBILIZACIÓN SOBRE LA IMPORTANCIA DEL ENTORNO DOÑANA**

Objetivo y sentido: INFORMAR Y SENSIBILIZAR A LA POBLACIÓN DEL ÁMBITO TERRITORIAL DE LAS PROVINCIAS DE HUELVA Y SEVILLA SOBRE LA SITUACIÓN DE DOÑANA Y LA IMPORTANCIA DEL CUIDADO DEL ECOSISTEMA.

Ejecución: Anual

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

Coste: 812.113

Aplicación presupuestaria: Concepto 640

SopORTE: Radio, prensa, exterior y relaciones públicas

Difusión: Regional

Idioma: Castellano

Población objetivo de la campaña: General

Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

SENSIBILIZACIÓN SOBRE LA IMPORTANCIA DEL MAR MENOR

Objetivo y sentido: INFORMAR Y SENSIBILIZAR A LA POBLACIÓN DEL ÁMBITO TERRITORIAL DE LA REGIÓN DE MURCIA SOBRE LA SITUACIÓN DEL MAR MENOR Y LA IMPORTANCIA DEL CUIDADO DEL ECOSISTEMA.

Ejecución: Anual

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

Coste: 582.113

Aplicación presupuestaria: Concepto 640

SopORTE: Televisión, radio, prensa, exterior y relaciones públicas

Difusión: Provincial

Idioma: Castellano

Población objetivo de la campaña: General

Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

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

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

Ejecución: Anual

Periodo de ejecución: Del 1 de enero al 1 de mayo de 2025

Coste: 65.000

Aplicación presupuestaria: Subconcepto 226.02

SopORTE: Radio, Internet, exterior y relaciones públicas

Difusión: Nacional

Idioma: Castellano

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

Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

MINISTERIO PARA LA TRANSICIÓN ECOLÓGICA Y EL RETO DEMOGRÁFICO**INSTITUTO PARA LA DIVERSIFICACIÓN Y AHORRO DE LA ENERGÍA (IDAE)****LAS PERSONAS EN EL CENTRO DE LA TRANSICIÓN ENERGÉTICA**

Objetivo y sentido: DIFUNDIR LA IMPORTANCIA DE LA TRANSICIÓN ENERGÉTICA Y LAS ACTUACIONES QUE LA POBLACIÓN PUEDE LLEVAR A CABO PARA BENEFICIO DE TODOS. DIFUNDIR LAS ACTUACIONES PUESTAS EN MARCHA POR EL IDAE.

Ejecución: Anual

Periodo de ejecución: Del 15 de septiembre al 30 de noviembre de 2025

Coste: 3.630.000

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

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

Difusión: Nacional

Idioma: Castellano, catalán, gallego, euskera y valenciano

Población objetivo de la campaña: General

Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

LÍNEAS DE AYUDAS ESTRATÉGICAS

Objetivo y sentido: DIFUNDIR ALGUNA DE LAS LÍNEAS DE SUBVENCIONES QUE TENDRÁ ACTIVAS EL IDAE EN 2025 PARA QUE LA INFORMACIÓN LLEGUE A SUS POTENCIALES SOLICITANTES Y FACILITAR UNA TRANSICIÓN ENERGÉTICA.

Ejecución: Anual

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

Coste: 484.000

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

Soporte: A determinar

Difusión: Nacional

Idioma: Castellano, catalán, gallego, euskera y valenciano

Población objetivo de la campaña: General y personas consumidoras

Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

**INSTITUTO PARA LA TRANSICIÓN JUSTA****LA NECESIDAD DE UNA TRANSICIÓN JUSTA**

Objetivo y sentido: DIFUSIÓN DE LAS MEDIDAS E INSTRUMENTOS DE LAS POLÍTICAS DE TRANSICIÓN JUSTA EN MEDIOS LOCALES, REGIONALES Y AUTONÓMICOS DE LAS ZONAS DE TRANSICIÓN JUSTA.

Ejecución: Anual

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

Coste: 350.000

Aplicación presupuestaria: Subconcepto 226.02

Soporte: Radio, prensa, Internet, exterior y relaciones públicas

Difusión: Autonómica

Idioma: Castellano y gallego

Población objetivo de la campaña: General y habitantes en zonas de transición justa

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 SOBRE LA ENTIDAD, LA ACTIVIDAD GENERADA EN ARAS DE PROMOVER UNA MAYOR TRANSPARENCIA Y AMPLIAR LA DIFUSIÓN SOBRE LAS ACCIONES, LAS ÁREAS DE ACTUACIÓN, LAS OPORTUNIDADES Y LAS INICIATIVAS IMPULSADAS DESDE LA ENTIDAD.

Ejecución: Anual

Periodo de ejecución: A determinar

Coste: 25.000

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

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

Difusión: Provincial

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 SOBRE LA ACTIVIDAD DE INTERÉS PÚBLICO EN EL MARCO DE LA CUENCA HIDROGRÁFICA DEL CANTÁBRICO.

Ejecución: Anual

Periodo de ejecución: Del 1 de marzo al 30 de noviembre de 2025

Coste: 44.500

Aplicación presupuestaria: Subconcepto 226.02

Soporte: Radio, prensa, Internet, exterior, relaciones públicas y otras herramientas: redes sociales propias

Difusión: Regional

Idioma: Castellano, gallego y euskera

Evaluación: Postest

Población objetivo de la campaña: General

Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos



CONFEDERACIÓN HIDROGRÁFICA DEL DUERO

DÍA MUNDIAL DEL MEDIO AMBIENTE

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

Ejecución: Anual

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

Coste: 15.000

Aplicación presupuestaria: Subconcepto 226.02

Soporte: Radio, prensa, revistas, Internet y marketing

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 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 15 de enero al 31 de diciembre de 2025

Coste: 15.000

Aplicación presupuestaria: Subconcepto 226.02

Soporte: Radio, prensa, revistas e Internet

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 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 21 de marzo de 2025

Coste: 15.000

Aplicación presupuestaria: Subconcepto 226.02

Soporte: Prensa y revistas

Difusión: Regional **Idioma:** Castellano

Población objetivo de la campaña: General

**CONFEDERACIÓN HIDROGRÁFICA DEL GUADALQUIVIR****ACTUALIDAD E INFORMACIÓN DE INTERÉS PÚBLICO Y GENERAL**

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

Ejecución: Anual **Periodo de ejecución:** Del 1 de febrero al 1 de diciembre de 2025

Coste: 36.200

Aplicación presupuestaria: Subconcepto 226.02

Soporte: Televisión, prensa, Internet y relaciones públicas

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*chg***CONFEDERACIÓN HIDROGRÁFICA DEL GUADALQUIVIR****INFORMACIÓN DE INTERÉS PARA EL SECTOR DE LA AGRICULTURA EN LA CUENCA**

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

Ejecución: Anual

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

Coste: 18.140

Aplicación presupuestaria: Subconcepto 226.02

Soporte: Radio y relaciones públicas

Difusión: Regional

Idioma: Castellano

Población objetivo de la campaña: Regantes y agricultores/as

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

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

Ejecución: Anual

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

Coste: 18.100

Aplicación presupuestaria: Subconcepto 226.02

Soporte: Prensa, Internet y relaciones públicas

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

Ejecución: Anual

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

Coste: 18.100

Aplicación presupuestaria: Subconcepto 226.02

Soporte: Radio, prensa, Internet y relaciones públicas

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

CHG

CONFEDERACIÓN HIDROGRÁFICA DEL GUADIANA

TEMAS DE ACTUALIDAD EN LA CONFEDERACIÓN HIDROGRÁFICA DEL GUADIANA

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

Ejecución: Anual

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

Coste: 67.500

Aplicación presupuestaria: Subconcepto 226.02

Soporte: Radio, prensa, Internet, exterior y relaciones públicas

Difusión: Regional

Idioma: Castellano

Evaluación: Pretest y postest

Población objetivo de la campaña: General

Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

DÍA MUNDIAL DEL AGUA

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

Ejecución: Anual

Periodo de ejecución: Del 19 al 26 de marzo de 2025

Coste: 18.150

Aplicación presupuestaria: Subconcepto 226.02

Soporte: Radio, prensa, exterior y relaciones públicas

Difusión: Regional

Idioma: Castellano

Población objetivo de la campaña: General

Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos



CONFEDERACIÓN HIDROGRÁFICA DEL JÚCAR

DÍA MUNDIAL DEL AGUA

Objetivo y sentido: DAR A CONOCER LA IMPORTANCIA DEL AGUA Y LA NECESIDAD DE SU CUIDADO, EN LA CONMEMORACIÓN DEL DÍA MUNDIAL DEL AGUA.

Ejecución: Anual

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

Coste: 5.000

Aplicación presupuestaria: Subconcepto 226.02

Soporte: Prensa, revistas, relaciones públicas y otras herramientas: redes sociales propias

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

CHMS

CONFEDERACIÓN
HIDROGRÁFICA
DEL MIÑO-SIL**CONFEDERACIÓN HIDROGRÁFICA DEL MIÑO-SIL****LA ACTIVIDAD DE LA CHMS**

Objetivo y sentido: TRASLADAR MENSAJES ACERCA DEL ÁMBITO COMPETENCIAL DE LOS ORGANISMOS DE CUENCA, LA ACTIVIDAD DIARIA Y EL SERVICIO AL CIUDADANO.

Ejecución: Anual

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

Coste: 18.000

Aplicación presupuestaria: Subconcepto 226.02

Soporte: Televisión, prensa, exterior, relaciones públicas y otras herramientas: video, folletos, evento.

Difusión: Regional

Idioma: Castellano y gallego

Población objetivo de la campaña: General y estudiantes

Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

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

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

Ejecución: Anual

Periodo de ejecución: A determinar

Coste: 18.000

Aplicación presupuestaria: Subconcepto 226.02

Soporte: Prensa, Internet, relaciones públicas y otras herramientas: video, folletos, evento.

Difusión: Regional

Idioma: Castellano y gallego

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

Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

USO SOSTENIBLE DEL AGUA

Objetivo y sentido: DIFUNDIR 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: Del 1 de junio al 15 de julio de 2025

Coste: 18.000

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



MINISTERIO PARA LA TRANSICIÓN ECOLÓGICA Y EL RETO DEMOGRÁFICO

CHMS

CONFEDERACIÓN HIDROGRÁFICA DEL MIÑO-SIL

CONFEDERACIÓN HIDROGRÁFICA DEL MIÑO-SIL

FONDOS EUROPEOS

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

Ejecución: Anual **Periodo de ejecución:** Del 15 de septiembre al 15 de octubre de 2025

Coste: 17.000

Aplicación presupuestaria: Subconcepto 226.02

Soporte: A determinar

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

Población objetivo de la campaña: General y estudiantes

Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

Observaciones: Financiada con fondos FEDER

EL CUIDADO DEL MEDIO AMBIENTE, RESPONSABILIDAD COMPARTIDA

Objetivo y sentido: CONMEMORAR EL 5 DE JUNIO CON ACTIVIDADES QUE FOMENTEN EL RESPETO Y CUIDADO POR EL MEDIO AMBIENTE Y EL DESARROLLO SOSTENIBLE.

Ejecución: Anual **Periodo de ejecución:** Del 1 al 20 de junio de 2025

Coste: 17.000

Aplicación presupuestaria: Subconcepto 226.02

Soporte: Televisión, prensa, exterior y relaciones públicas

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

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

Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

AGUA Y CAMBIO CLIMÁTICO: HACIA UN CAMBIO DE HÁBITOS Y DE USOS

Objetivo y sentido: CONCIENCIAR SOBRE EL VALOR DEL AGUA ANTE EL NUEVO ESCENARIO DEL CAMBIO CLIMÁTICO, EN UNA DEMARCACIÓN CARACTERIZADA POR LA ABUNDANCIA DE ESTE RECURSO NECESARIO Y FINITO.

Ejecución: Anual **Periodo de ejecución:** Del 1 mayo al 30 de junio de 2025

Coste: 17.000

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

DÍA MUNDIAL DEL AGUA

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

Ejecución: Anual **Periodo de ejecución:** Del 20 al 31 de marzo de 2025

Coste: 16.000

Aplicación presupuestaria: Subconcepto 226.02

Soporte: Prensa, Internet, exterior y relaciones públicas

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

Población objetivo de la campaña: General y estudiantes

Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos



MANCOMUNIDAD DE LOS CANALES DEL TAIBILLA (MCT)

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

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

Ejecución: Anual **Periodo de ejecución:** Del 1 de junio al 31 de octubre de 2025

Coste: 80.000

Aplicación presupuestaria: Subconcepto 226.02

Soporte: Televisión, radio, prensa, Internet, exterior, marketing directo, reparto de folletos informativos, relaciones públicas y otras herramientas: cartelería en interior de establecimientos hoteleros y hosteleros

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

Ejecución: Anual **Periodo de ejecución:** Del 1 de marzo al 15 de diciembre de 2025

Coste: 25.000

Aplicación presupuestaria: Subconcepto 226.02

Soporte: Televisión, radio, prensa, Internet, exterior, marketing directo: reparto de folletos informativos y material de divulgación, relaciones públicas y otras herramientas: jornadas de puertas abiertas, actos con ayuntamientos y otras instituciones

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 MEDIOAMBIENTE

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

Ejecución: Anual **Periodo de ejecución:** Del 1 al 10 de junio de 2025

Coste: 9.000

Aplicación presupuestaria: Subconcepto 226.02

Soporte: Televisión, radio, prensa e Internet

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: SENSIBILIZAR SOBRE LA IMPORTANCIA DEL AGUA COMO RECURSO VITAL Y BIEN ESCASO.

Ejecución: Anual **Periodo de ejecución:** Del 17 al 23 de marzo de 2025

Coste: 9.000

Aplicación presupuestaria: Subconcepto 226.02

Soporte: Televisión, radio, prensa e Internet

Difusión: Regional **Idioma:** Castellano

Población objetivo de la campaña: General

Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

SOCIEDAD ESTATAL AGUAS DE LAS CUENCAS DE ESPAÑA
(GRUPO PATRIMONIO)

DÍA MUNDIAL DEL AGUA

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

Ejecución: Anual **Periodo de ejecución:** Del 17 al 26 de marzo de 2025

Coste: 10.000

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

Soporte: Radio, prensa, Internet y relaciones públicas

Difusión: Regional **Idioma:** Castellano

Población objetivo de la campaña: General

Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

Observaciones: Financiada con fondos FEDER y Next Generation

MINISTERIO PARA LA TRANSICIÓN ECOLÓGICA Y EL RETO DEMOGRÁFICO**SOCIEDAD ESTATAL AGUAS DE LAS CUENCAS DE ESPAÑA
(GRUPO PATRIMONIO)****DIA DE EUROPA**

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

Ejecución: Anual **Periodo de ejecución:** Del 5 al 12 de mayo de 2025

Coste: 10.000

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

Soporte: Radio, Internet y relaciones públicas

Difusión: Regional **Idioma:** Castellano

Población objetivo de la campaña: General

Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

Observaciones: Financiada con fondos FEDER y Next Generation

ACUAES MEJORA EL SANEAMIENTO Y DEPURACIÓN DE LA ISLA DE TENERIFE

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

Ejecución: Anual **Periodo de ejecución:** Del 1 de julio al 30 de septiembre de 2025

Coste: 10.000

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

Soporte: Televisión, radio, prensa, Internet y relaciones públicas

Difusión: Provincial **Idioma:** Castellano

Población objetivo de la campaña: General

Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

Observaciones: Financiada con fondos FEDER

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

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

Ejecución: Anual **Periodo de ejecución:** Del 1 de julio al 30 de septiembre de 2025

Coste: 8.000

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

Soporte: Radio, prensa, Internet y relaciones públicas

Difusión: Provincial **Idioma:** Castellano

Población objetivo de la campaña: General

Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

Observaciones: Financiada con fondos FEDER

MINISTERIO PARA LA TRANSICIÓN ECOLÓGICA Y EL RETO DEMOGRÁFICO**SOCIEDAD ESTATAL AGUAS DE LAS CUENCAS DE ESPAÑA (GRUPO PATRIMONIO)****PUESTA EN MARCHA DE LA NUEVA DEPURADORA Y EL EMISARIO DE SORIA**

Objetivo y sentido: DAR A CONOCER A LA CIUDADANÍA DE SORIA LA CONSTRUCCIÓN DE LA NUEVA DEPURADORA Y SU EMISARIO PARA LA CORRECTA DEPURACIÓN DE LAS AGUAS RESIDUALES.

Ejecución: Anual **Periodo de ejecución:** Del 1 de abril al 30 de junio de 2025

Coste: 6.000

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

Soporte: Televisión, radio, prensa, Internet y relaciones públicas

Difusión: Provincial **Idioma:** Castellano

Población objetivo de la campaña: General

Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

Observaciones: Financiada con fondos FEDER

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

Objetivo y sentido: DAR A CONOCER LA NUEVA E.D.A.R. QUE ACUAES HA CONSTRUIDO EN EL MUNICIPIO DE QUINTANAR DE LA ORDEN Y LA INCORPORACIÓN DE CAUDALES A LA INSTALACION DE CONSUEGRA, EN LA PROVINCIA DE TOLEDO.

Ejecución: Anual **Periodo de ejecución:** Del 1 de abril al 30 de junio de 2025

Coste: 6.000

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

Soporte: Radio, prensa, Internet y relaciones públicas

Difusión: Provincial **Idioma:** Castellano

Población objetivo de la campaña: General

Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

Observaciones: Financiada con fondos FEDER

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

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

Ejecución: Anual **Periodo de ejecución:** Del 1 de enero al 31 de marzo de 2025

Coste: 6.000

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

Soporte: Radio, prensa, Internet y relaciones públicas

Difusión: Provincial **Idioma:** Castellano

Población objetivo de la campaña: General

Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

Observaciones: Financiada con fondos FEDER

**MINISTERIO PARA LA TRANSICIÓN ECOLÓGICA Y EL RETO DEMOGRÁFICO****SECRETARÍA DE ESTADO DE MEDIO AMBIENTE****CONCIENCIACIÓN SOBRE CAMBIO CLIMÁTICO**

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

Ejecución: Plurianual **Periodo de ejecución:** Del 1 de enero de 2025 al 1 de julio de 2026

Coste: 2.307.500 **Coste Plurianual:** 2.307.500

Aplicación presupuestaria: Concepto 640

Soporte: Televisión, radio, exterior, marketing 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

DIRECCIÓN GENERAL DE BIODIVERSIDAD, BOSQUES Y DESERTIFICACIÓN**RESTAURACIÓN DE LA NATURALEZA**

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

Ejecución: Anual **Periodo de ejecución:** Del 15 de mayo al 15 de diciembre de 2025

Coste: 343.500

Aplicación presupuestaria: Concepto 640

Soporte: Radio, prensa, revistas, exterior y relaciones públicas

Difusión: Nacional **Idioma:** Castellano

Población objetivo de la campaña: General

Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

O.A. PARQUES NACIONALES**FOMENTO MARCA DOÑANA**

Objetivo y sentido: DIFUNDIR LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS ORIGINADOS EN LA RESERVA DE LA BIOSFERA DOÑANA, SENSIBILIZANDO A LAS PERSONAS CONSUMIDORAS 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 15 de mayo de 2025 al 15 de noviembre de 2026

Coste: 200.000 **Coste Plurianual:** 1.000.000

Aplicación presupuestaria: Concepto 640

Soporte: Radio, prensa, revistas, Internet, exterior, marketing y relaciones públicas

Difusión: Nacional **Idioma:** Castellano

Población objetivo de la campaña: General y personas consumidoras

Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

MINISTERIO PARA LA TRANSICIÓN ECOLÓGICA Y EL RETO DEMOGRÁFICO**O.A. PARQUES NACIONALES****DIFUSIÓN DE LA RED ESPAÑOLA DE RESERVAS DE LA BIOSFERA: MARCA DE CALIDAD Y ESCAPARATE VIRTUAL**

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

Ejecución: Plurianual **Periodo de ejecución:** Del 1 de junio de 2025 al 31 de diciembre de 2026

Coste: 115.589 **Coste Plurianual:** 250.000

Aplicación presupuestaria: Concepto 690

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

Difusión: Nacional **Idioma:** Castellano

Población objetivo de la campaña: General y empresarios/as

Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

Observaciones: Financiada con fondos PRTR

**FUNDACIÓN BIODIVERSIDAD****LOS VALORES NATURALES DE LOS ESPACIOS MARINOS PROTEGIDOS, SUS BENEFICIOS Y LOS AVANCES EN SU CONSERVACIÓN**

Objetivo y sentido: DIFUNDIR LA IMPORTANCIA DE CONSERVAR Y RESTAURAR LOS ESPACIOS MARINOS PROTEGIDOS.

Ejecución: Anual **Periodo de ejecución:** Del 1 de junio al 31 de diciembre de 2025

Coste: 391.000

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

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

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

Población objetivo de la campaña: General

Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

Observaciones: Financiada mediante el Programa LIFE

DIRECCIÓN GENERAL DE POLÍTICAS CONTRA LA DESPOBLACIÓN**COHESIÓN TERRITORIAL**

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

Ejecución: Anual **Periodo de ejecución:** Del 1 de marzo al 30 de noviembre de 2025

Coste: 1.200.000

Aplicación presupuestaria: Concepto 640

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

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

Población objetivo de la campaña: General

Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

**MINISTERIO PARA LA TRANSICIÓN ECOLÓGICA Y EL RETO DEMOGRÁFICO****DIRECCIÓN GENERAL DE POLÍTICAS CONTRA LA DESPOBLACIÓN****DIFUSIÓN PROGRAMA CAMPUS RURAL**

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

Ejecución: Anual

Periodo de ejecución: Del 1 de enero al 30 de noviembre de 2025

Coste: 200.000

Aplicación presupuestaria: Concepto 640

Soporte: Radio, prensa, Internet, exterior, marketing -acciones en campus universitarios- y relaciones públicas

Difusión: Nacional

Idioma: Castellano

Población objetivo de la campaña: Empresarios/as y estudiantes

Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

Observaciones: La creatividad de la campaña se realizará con medios propios

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

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

Ejecución: Anual

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

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 VIVIENDA Y AGENDA URBANA



ENTIDAD PÚBLICA EMPRESARIAL DE SUELO (SEPES)

ACCIONES DE COMUNICACIÓN DE SEPES EN MATERIA DE VIVIENDA

Objetivo y sentido: INFORMAR A LA CIUDADANÍA ACERCA DE LAS NUEVAS COMPETENCIAS DE SEPES EN CUANTO A LA GESTIÓN INTEGRAL EN MATERIA DE VIVIENDA, IMPULSANDO EL CONOCIMIENTO DE TODAS AQUELLAS MEDIDAS ADOPTADAS DESDE EL MINISTERIO DE VIVIENDA Y AGENDA URBANA.

Ejecución: Anual

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

Coste: 500.000

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

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

Difusión: Nacional

Idioma: Castellano, catalán, gallego, euskera y valenciano

Evaluación: Postest

Población objetivo de la campaña: General

Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción, lengua de signos y normas de accesibilidad web

MINISTERIO DE CULTURA

CENTRO DE COORDINACIÓN DE INDUSTRIAS CULTURALES

25º ANIVERSARIO BECAS FormARTE

Objetivo y sentido: CONMEMORACIÓN DE LA EFEMÉRIDE Y DIFUSIÓN DE LAS BECAS ACTUALES.

Ejecución: Anual

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

Coste: 10.000

Aplicación presupuestaria: Subconcepto 226.02

Soporte: Relaciones públicas y otras herramientas: portal y redes sociales propias

Difusión: Nacional

Idioma: Castellano

Población objetivo de la campaña: Estudiantes e infantil/juvenil

Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

THE GOOD GAMER

Objetivo y sentido: DIFUSIÓN DEL PROGRAMA DE INFORMACIÓN A PADRES, MADRES Y TUTORES/AS SOBRE EL USO RESPONSABLE DE LOS VIDEOJUEGOS.

Ejecución: Anual

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

Coste: 10.000

Aplicación presupuestaria: Subconcepto 226.02

Soporte: Televisión, relaciones públicas y otras herramientas: portal web y redes sociales propias

Difusión: Nacional

Idioma: Castellano

Población objetivo de la campaña: Padres, madres, tutores y tutoras

Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

Observaciones: Existe un convenio con AEVI (Asociación Española de Videojuegos), para la difusión conjunta de esta iniciativa: <https://thegoodgamer.es>. En el convenio se prevé la difusión conjunta por el Ministerio y AEVI.

MINISTERIO DE CULTURA

DIRECCIÓN GENERAL DE DERECHOS CULTURALES

PROMOCIÓN DEL BONO CULTURAL JOVEN 2025

Objetivo y sentido: INFORMAR AL CONJUNTO DE LA SOCIEDAD ACERCA DE LA EXISTENCIA DEL CITADO PROGRAMA. COMUNICAR LA PUBLICACIÓN DE LA CONVOCATORIA, ANIMAR A LAS PERSONAS POTENCIALMENTE BENEFICIARIAS (PERSONAS JÓVENES QUE CUMPLEN 18 AÑOS) A SOLICITAR LA AYUDA DEL BONO CULTURAL JOVEN, INFORMAR ACERCA DE LA APERTURA DEL PLAZO, REQUISITOS PARA SOLICITARLO, Y DE ESA MANERA CONTINUAR EN LA SENDA DEL AUMENTO DE SOLICITUDES QUE SE VA INCREMENTANDO CADA AÑO.

Ejecución: Anual

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

Coste: 4.700.000

Aplicación presupuestaria: Subconcepto 640.08

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

Difusión: Nacional

Idioma: Castellano, catalán, gallego, euskera y valenciano

Población objetivo de la campaña: General e infantil/juvenil

Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

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 30 de noviembre de 2025

Coste: 3.300.000

Aplicación presupuestaria: Subconcepto 226.02

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

Difusión: Nacional

Idioma: Castellano, catalán, gallego, euskera y valenciano

Población objetivo de la campaña: General

Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

EN DEFENSA 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: 118.138

Aplicación presupuestaria: Subconcepto 226.02 y 640

Soporte: Radio, prensa, revistas 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 CULTURA

DIRECCIÓN GENERAL DE DERECHOS CULTURALES

PLAN DE DERECHOS CULTURALES

Objetivo y sentido: DAR A CONOCER EL PLAN DE DERECHOS CULTURALES DEL MINISTERIO DE CULTURA. ESTE PLAN PRETENDE GARANTIZAR QUE EL CONJUNTO DE LA CIUDADANÍA PUEDA ACCEDER Y DISFRUTAR DE LA CULTURA EN CONDICIONES DE IGUALDAD, PROMOViendo LA DIVERSIDAD CULTURAL Y PROTEGIENDO LOS DERECHOS DE LOS CREADORES Y PROFESIONALES DEL SECTOR.

Ejecución: Anual

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

Coste: 30.000

Aplicación presupuestaria: Subconcepto 226.02

Soporte: Relaciones públicas y otras herramientas: 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

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

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

Ejecución: Anual

Periodo de ejecución: Del 9 de enero al 31 de diciembre de 2025

Coste: 16.000

Aplicación presupuestaria: Subconcepto 227.06

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

Difusión: Nacional

Idioma: Castellano

Población objetivo de la campaña: Operadores culturales y creativos/as españoles

Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

ACTIVIDADES DEL PROGRAMA CULTURA Y CIUDADANÍA

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

Ejecución: Anual

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

Coste: 12.250

Aplicación presupuestaria: Subconcepto 227.06

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

Difusión: Nacional

Idioma: Castellano

Población objetivo de la campaña: Sectores culturales y creativos/as en 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 2025

Objetivo y sentido: DIFUNDIR Y PROMOCIONAR LA CINEMATOGRAFÍA ESPAÑOLA EN EL ÁMBITO ESTATAL, SUS NOVEDADES Y LAS DEL SECTOR. FOMENTAR EL CONSUMO DE CINE ESPAÑOL ENTRE LA CIUDADANÍA Y PONERLO EN VALOR, A LA VEZ QUE CONTRIBUIR A SU DIFUSIÓN Y ACCESIBILIDAD.

Ejecución: Anual

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

Coste: 18.000

Aplicación presupuestaria: Subconcepto 226.02

Soporte: Revistas, relaciones públicas y otras herramientas: web y redes sociales de ICAA y organismos colaboradores públicos y privados

Difusión: Nacional

Idioma: Castellano

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

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

06 OCT - DÍA DEL CINE ESPAÑOL 2025

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

Ejecución: Anual

Periodo de ejecución: Del 1 de julio al 3 de noviembre de 2025

Coste: 18.000

Aplicación presupuestaria: Subconcepto 226.02

Soporte: Revistas, relaciones públicas y otras herramientas: web y redes sociales de ICAA y organismos colaboradores públicos y privados

Difusión: Nacional

Idioma: Castellano, catalán, gallego y euskera

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

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

CINE ESCUELA 2025

Objetivo y sentido: DIFUNDIR Y PROMOCIONAR LA CINEMATOGRAFÍA ESPAÑOLA ENTRE EL PÚBLICO JOVEN. ACERCAR LAS SALAS DE CINE A LAS PERSONAS JÓVENES ESTUDIANTES, COMO UNA ACTIVIDAD DE FORMACIÓN EN CULTURA AUDIOVISUAL.

Ejecución: Anual

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

Coste: 18.000

Aplicación presupuestaria: Subconcepto 226.02

Soporte: Revistas, relaciones públicas y otras herramientas: web y redes sociales de ICAA y organismos colaboradores públicos y privados

Difusión: Nacional

Idioma: Castellano, catalán, gallego y euskera

Población objetivo de la campaña: Estudiantes, infantil/juvenil y profesionales del sector 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 2025

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

Coste: 12.500

Aplicación presupuestaria: Subconcepto 226.02

Soporte: Revistas y otras herramientas: web y redes sociales de ICAA y organismos colaboradores públicos y privados

Difusión: Nacional **Idioma:** Castellano

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

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

PREMIO NACIONAL DE CINEMATOGRAFÍA 2025

Objetivo y sentido: ACCIONES ORIENTADAS A LA DIFUSIÓN DEL PREMIO NACIONAL DE CINEMATOGRAFÍA 2025, GALARDÓN OTORGADO POR EL MINISTERIO DE CULTURA 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 abril al 6 de octubre de 2025

Coste: 12.000

Aplicación presupuestaria: Subconcepto 226.02

Soporte: Revistas, relaciones públicas y otras herramientas: web y redes sociales del ICAA y organismos colaboradores públicos y privados

Difusión: Nacional **Idioma:** Castellano

Población objetivo de la campaña: General y profesionales del cine

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

PREMIOS GOYA

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

Ejecución: Anual **Periodo de ejecución:** Del 1 de enero al 16 de febrero de 2025

Coste: 11.000

Aplicación presupuestaria: Subconcepto 226.02

Soporte: Revistas, relaciones públicas y otras herramientas: web y redes sociales del ICAA y organismos colaboradores públicos y privados

Difusión: Nacional **Idioma:** Castellano

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

Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos



MINISTERIO DE ECONOMÍA, COMERCIO Y EMPRESA

SUBSECRETARÍA

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

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

Ejecución: Anual

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

Coste: 4.850.000

Aplicación presupuestaria: Subconcepto 226.02

Soporte: Televisión, radio, prensa, Internet y exterior

Difusión: Nacional

Idioma: Castellano, catalán, gallego, euskera y valenciano

Evaluación: Postest

Población objetivo de la campaña: General y empresarios/as

Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

MINISTERIO DE SANIDAD

DIRECCIÓN GENERAL DE SALUD PÚBLICA Y EQUIDAD EN SALUD

PROMOCIÓN DE HÁBITOS SALUDABLES EN LA INFANCIA

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

Ejecución: Plurianual

Periodo de ejecución: Del 15 de noviembre de 2024 al 30 de noviembre de 2025

Coste: 4.500.000

Coste Plurianual: 4.500.000

Aplicación presupuestaria: Subconcepto 226.02

Soporte: Televisión, radio, prensa, Internet, exterior, cine, street marketing y relaciones públicas

Difusión: Nacional

Idioma: Castellano, catalán, gallego, euskera y valenciano

Población objetivo de la campaña: General e infantil/juvenil

Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

Observaciones: Campaña cofinanciada por el Ministerio de Sanidad; Ministerio de Derechos Sociales, Consumo y Agenda 2030 y Ministerio de Juventud e Infancia.

SALUD Y CAMBIO CLIMÁTICO

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

Ejecución: Anual

Periodo de ejecución: A determinar

Coste: 700.000

Aplicación presupuestaria: Subconcepto 226.02

Soporte: Televisión, radio, Internet, street marketing y relaciones públicas

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

SALUD Y MUJER

Objetivo y sentido: VISIBILIZAR, SENSIBILIZAR Y MEJORAR EL CONOCIMIENTO SOBRE LOS PROBLEMAS DE SALUD DE LAS MUJERES.

Ejecución: Anual

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

Coste: 450.000

Aplicación presupuestaria: Subconcepto 226.02

Soporte: Televisión, radio, revistas, Internet y exterior

Difusión: Nacional

Idioma: Castellano, catalán, gallego, euskera y valenciano

Población objetivo de la campaña: General, mujeres y profesionales sanitarios

Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

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

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

Ejecución: Anual

Periodo de ejecución: A determinar

Coste: 230.000

Aplicación presupuestaria: Subconcepto 226.02

Soporte: Internet, exterior, street marketing 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

PREVENCIÓN DEL TABAQUISMO Y PROTECCIÓN DE LA SALUD

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

Ejecución: Anual

Periodo de ejecución: A determinar

Coste: 185.000

Aplicación presupuestaria: Subconcepto 226.02

Soporte: Internet y relaciones públicas

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

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

Ejecución: Anual

Periodo de ejecución: A determinar

Coste: 631.000

Aplicación presupuestaria: Subconcepto 226.02

Soporte: Televisión, radio 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



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 DE QUE LOS MEDICAMENTOS ANTIBIÓTICOS SOLO SIRVEN PARA HACER FRENTE A LAS INFECCIONES BACTERIANAS, NO A LAS VÍRICAS. ELIMINAR LOS COMPORTAMIENTOS QUE CONTRIBUYEN AL USO NO RESPONSABLE DE ESTOS MEDICAMENTOS: AUTOMEDICACIÓN, INCUMPLIMIENTO TERAPÉUTICO Y PRESIÓN A LOS PROFESIONALES SANITARIOS PARA SU DISPENSACIÓN, PRESCRIPCIÓN, ETC.

Ejecución: Anual

Periodo de ejecución: A determinar

Coste: 550.000

Aplicación presupuestaria: Subconcepto 226.02

Soporte: Televisión 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

LA EVIDENCIA CIENTÍFICA APLICADA A LA SALUD

Objetivo y sentido: 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 SOBRE LOS EFECTOS NOCIVOS DE LAS ALTERNATIVAS TERAPÉUTICAS NO BASADAS EN LA EVIDENCIA CIENTÍFICA CON POSIBLES EFECTOS PERJUDICIALES PARA LA SALUD, LA PROTECCIÓN DE MEDIOAMBIENTE U OTROS ÁMBITOS.

Ejecución: Anual

Periodo de ejecución: A determinar

Coste: 450.000

Aplicación presupuestaria: Subconcepto 226.02

Soporte: Radio, Internet y Relaciones Públicas

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****AGENDA 2030: UN FUTURO POSIBLE**

Objetivo y sentido: OFRECER UNA VISIÓN DE LA AGENDA 2030 COMO UNA HERRAMIENTA CAPAZ DE TRANSFORMAR Y GENERAR UNA SOCIEDAD MÁS SOSTENIBLE, JUSTA Y SOLIDARIA EN EL FUTURO INMEDIATO.

Ejecución: Anual **Periodo de ejecución:** Del 1 de enero al 31 de diciembre de 2025

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:** Postest

Población objetivo de la campaña: General

Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

DIRECCIÓN GENERAL DE CONSUMO**INFORMACIÓN SOBRE JUNTAS ARBITRALES DE CONSUMO**

Objetivo y sentido: IMPULSAR EL CONOCIMIENTO Y USO DE LAS JUNTAS ARBITRALES DE CONSUMO NACIONAL, AUTONÓMICAS, PROVINCIALES, MANCOMUNALES Y LOCALES Y DAR A CONOCER LAS VENTAJAS DEL SISTEMA ARBITRAL DE CONSUMO.

Ejecución: Anual **Periodo de ejecución:** Del 1 de enero al 31 de diciembre de 2025

Coste: 180.000

Aplicación presupuestaria: Subconcepto 226.02

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

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

Población objetivo de la campaña: General, personas consumidoras y personas usuarias

Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

SENSIBILIZACIÓN SOBRE CONSUMO SOSTENIBLE

Objetivo y sentido: PROMOVER UN CONSUMO SOSTENIBLE.

Ejecución: Anual **Periodo de ejecución:** Del 1 de enero al 31 de diciembre de 2025

Coste: 180.000

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 DERECHOS SOCIALES, CONSUMO Y AGENDA 2030

DIRECCIÓN GENERAL DE ORDENACIÓN DEL JUEGO

LA NATURALEZA Y RIESGOS DE LAS CAJAS BOTÍN

Objetivo y sentido: LOS MECANISMOS ALEATORIOS DE RECOMPENSA, TAMBIÉN CONOCIDOS COMO CAJAS BOTÍN O LOOTBOXES, QUE SE ENCUENTRAN EN ALGUNOS VIDEOJUEGOS, SI BIEN CONTIENEN CARACTERÍSTICAS MUY SIMILARES A LOS JUEGOS DE AZAR, TANTO EN SU DISEÑO COMO EN SU FORMA DE ACTIVACIÓN, 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. EL OBJETO DE LA CAMPAÑA, POR LO TANTO, ES DAR A CONOCER LA VERDADERA NATURALEZA DE ESTE TIPO DE SOFTWARE Y LOS RIESGOS QUE PUEDE ENTRAÑAR SU USO.

Ejecución: Anual

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

Coste: 2.100.000

Aplicación presupuestaria: Subconcepto 226.02

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

SECRETARÍA DE ESTADO DE DERECHOS SOCIALES

SENSIBILIZACIÓN SOBRE LOS SERVICIOS PÚBLICOS DE DEPENDENCIA Y LA ATENCIÓN CENTRADA EN LA PERSONA

Objetivo y sentido: MEJORAR EL CONOCIMIENTO ACERCA DE LOS SERVICIOS Y PRESTACIONES OFERTADOS POR EL SISTEMA PARA LA AUTONOMÍA PERSONAL, ATENCIÓN A LA DEPENDENCIA Y EL CAMBIO DE MODELO DE CUIDADOS, EN COHERENCIA CON LA ESTRATEGIA ESTATAL PARA UN NUEVO MODELO DE CUIDADOS EN LA COMUNIDAD. UN PROCESO DE DESINSTITUCIONALIZACIÓN.

Ejecución: Plurianual

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

Coste: 2.180.000

Coste Plurianual: 2.180.000

Aplicación presupuestaria: Concepto 290

Soporte: Televisión, radio, prensa e Internet

Difusión: Nacional

Idioma: Castellano, catalán, gallego, euskera y valenciano

Evaluación: Postest

Población objetivo de la campaña: General, tercera edad y personas trabajadoras

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

Observaciones: Financiada con fondos PRTR C22.11



MINISTERIO DE DERECHOS SOCIALES, CONSUMO Y AGENDA 2030

DIRECCIÓN GENERAL DE DERECHOS DE LOS ANIMALES

BUENOS VECINOS

Objetivo y sentido: CONCIENCIAR A LA POBLACIÓN SOBRE LA PROTECCIÓN DE LOS ANIMALES DE COMPAÑÍA Y LA CONVIVENCIA CON ELLOS.

Ejecución: Anual

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

Coste: 1.200.000

Aplicación presupuestaria: Subconcepto 226.02

Soporte: Televisión, radio, prensa, Internet y exterior

Difusión: Nacional

Idioma: Castellano, catalán, gallego y euskera

Evaluación: Postest

Población objetivo de la campaña: General

Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos



INSTITUTO DE MAYORES Y SERVICIOS SOCIALES (IMERSO)

SENSIBILIZACIÓN SOBRE LA SOLEDAD

Objetivo y sentido: SENSIBILIZAR SOBRE LA NECESIDAD DE ARTICULAR COMUNIDADES QUE REDUZCAN EL IMPACTO DE LA SOLEDAD NO DESEADA, UNA PROBLEMÁTICA SOCIAL QUE AFECTA CADA VEZ A MÁS PERSONAS MAYORES, PERO NO SOLO ESTE COLECTIVO, Y QUE TIENE GRANDES IMPACTOS EN EL BIENESTAR, LA SALUD MENTAL Y LA EXCLUSIÓN DE AQUELLAS PERSONAS QUE LA PADECEN.

Ejecución: Anual

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

Coste: 1.500.000

Aplicación presupuestaria: Subconcepto 226.02

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, tercera edad y personas trabajadoras

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

Observaciones: Campaña llevada a cabo en colaboración con la Dirección General de Diversidad Familiar y Servicios Sociales

**MINISTERIO DE CIENCIA, INNOVACIÓN Y UNIVERSIDADES****SECRETARÍA GENERAL DE INNOVACIÓN****PREMIOS NACIONALES DE INNOVACIÓN Y DE DISEÑO****Objetivo y sentido:** DIFUSIÓN DE LA CONVOCATORIA DE LOS PREMIOS.**Ejecución:** Anual**Periodo de ejecución:** Del 1 al 30 de junio de 2025**Coste:** 6.000**Aplicación presupuestaria:** Subconcepto 226.02**Soporte:** Internet**Difusión:** Nacional**Idioma:** Castellano**Población objetivo de la campaña:** General, empresarios/as y personas trabajadoras**SECRETARÍA GENERAL DE INVESTIGACIÓN****PREMIOS NACIONALES DE INVESTIGACIÓN
Y PREMIOS NACIONALES DE INVESTIGACIÓN PARA PERSONAS JÓVENES 2025****Objetivo y sentido:** INFORMAR DE LA CONVOCATORIA DE ESTOS PREMIOS DE ACUERDO CON LOS REQUISITOS PREVISTOS EN EL ARTÍCULO 2, APARTADO 2, DEL REGLAMENTO DEL IMPUESTO SOBRE LA RENTA DE LAS PERSONAS FÍSICAS.**Ejecución:** Anual**Periodo de ejecución:** Del 25 de junio al 5 de julio de 2025**Coste:** 6.500**Aplicación presupuestaria:** Subconcepto 226.02**Soporte:** Internet**Difusión:** Nacional**Idioma:** Castellano**Población objetivo de la campaña:** Comunidad científica**SECRETARÍA GENERAL DE UNIVERSIDADES****CERTAMEN ARQUÍMEDES DE INTRODUCCIÓN A LA INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA****Objetivo y sentido:** FOMENTAR LA INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA ENTRE EL ALUMNADO UNIVERSITARIO.**Ejecución:** Anual**Periodo de ejecución:** Del 3 de febrero al 30 de abril de 2025**Coste:** 0**Aplicación presupuestaria:** Subconcepto 226.02**Soporte:** Otras herramientas: nota de prensa**Difusión:** Nacional**Idioma:** Castellano**Población objetivo de la campaña:** Estudiantes



MINISTERIO DE CIENCIA, INNOVACIÓN Y UNIVERSIDADES

SECRETARÍA GENERAL DE UNIVERSIDADES

CERTAMEN JÓVENES INVESTIGADORES/AS

Objetivo y sentido: DIFUNDIR ENTRE EL ALUMNADO UNIVERSITARIO LA CONVOCATORIA DE LOS PREMIOS.**Ejecución:** Anual**Periodo de ejecución:** Del 3 de febrero al 30 de abril de 2025**Coste:** 0**Aplicación presupuestaria:** Subconcepto 226.02**Soporte:** Otras herramientas: nota de prensa**Difusión:** Nacional**Idioma:** Castellano**Población objetivo de la campaña:** Estudiantes

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

PROGRAMAS E INSTRUMENTOS PÚBLICOS DE APOYO A LA I+D EMPRESARIAL Y LA INNOVACIÓN

Objetivo y sentido: DIVULGAR ENTRE LOS POTENCIALES BENEFICIARIOS (EMPRESAS, ENTIDADES, PYMES, ORGANISMOS DE INVESTIGACIÓN APLICADA) LAS AYUDAS Y PROGRAMAS DE APOYO PÚBLICO ENFOCADOS EN EL IMPULSO DE LA ACTIVIDAD EMPRESARIAL BASADA EN EL CONOCIMIENTO.**Ejecución:** Anual**Periodo de ejecución:** Del 1 de junio al 31 de diciembre de 2025**Coste:** 1.015.000**Aplicación presupuestaria:** Subconcepto 226.02**Soporte:** 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**Observaciones:** Financiada con fondos FEDER

MINISTERIO DE IGUALDAD

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

PROMOCIÓN DE LA IGUALDAD DE GÉNERO REAL Y EFECTIVA - 8M

Objetivo y sentido: SENSIBILIZAR A LA POBLACIÓN SOBRE EL PAPEL DE LAS MUJERES COMO MOTOR ESENCIAL PARA LOGRAR LA TRANSFORMACIÓN SOCIAL EN TODOS SUS ÁMBITOS Y REIVINDICAR LA LUCHA QUE TODAVÍA ES NECESARIA PARA CONSEGUIR LA IGUALDAD REAL Y EFECTIVA.**Ejecución:** Anual**Periodo de ejecución:** Del 24 de febrero al 30 de abril de 2025**Coste:** 2.300.000**Aplicación presupuestaria:** Concepto 640**Soporte:** Televisión, radio, prensa, revistas, Internet, 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



MINISTERIO DE IGUALDAD

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

DIVULGACIÓN Y CONCIENCIACIÓN EN MATERIA DE EDUCACIÓN AFECTIVO-SEXUAL LIBRE DE VIOLENCIAS Y ESTEREOTIPOS SEXISTAS

Objetivo y sentido: PROMOVER UNA EDUCACIÓN SEXUAL BASADA EN VALORES FEMINISTAS, SOBRE LA BASE DE LA IGUALDAD Y DEL BUEN TRATO, ASÍ COMO DERRIBAR ROLES Y ESTEREOTIPOS DE GÉNERO.

Ejecución: Anual **Periodo de ejecución:** Del 30 de abril al 13 de junio de 2025

Coste: 2.300.000

Aplicación presupuestaria: Subconcepto 227.06

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

IGUALDAD SOCIAL Y LABORAL

Objetivo y sentido: DIFUNDIR ENTRE LA CIUDADANÍA GENERAL, EMPRESARIOS/AS Y PERSONAS TRABAJADORAS LA IMPORTANCIA DE LA IGUALDAD EN EL EMPLEO; PROMOVRIENDO LOS DERECHOS DE CUIDADOS, CONCILIACIÓN, CORRESPONSABILIDAD, COEDUCACIÓN, LA PARIDAD, LA LUCHA CONTRA LOS ESTEREOTIPOS Y OTRAS HERRAMIENTAS DE IGUALDAD QUE PUEDEN MEJORAR EL BIENESTAR SOCIAL, LA CONVIVENCIA DEMOCRÁTICA, LOS DERECHOS HUMANOS Y EN CONSECUENCIA, LA IGUALDAD EN NUESTRO PAÍS.

Ejecución: Anual **Periodo de ejecución:** Del 10 de junio al 30 de octubre de 2025

Coste: 1.500.000

Aplicación presupuestaria: Concepto 640

Soporte: Televisión, radio, prensa, Internet y exterior

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

Población objetivo de la campaña: General, empresarios/as y personas trabajadoras

Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

DELEGACIÓN DE GOBIERNO CONTRA LA VIOLENCIA DE GÉNERO

CONCIENCIACIÓN SOCIAL CONTRA LAS DISTINTAS FORMAS DE VIOLENCIA CONTRA LAS MUJERES DURANTE 2025

Objetivo y sentido: SENSIBILIZAR Y CONCIENCIAR SOBRE LAS DISTINTAS FORMAS DE VIOLENCIA CONTRA LAS MUJERES, DESTACAR LA LUCHA CONTRA LAS VIOLENCIAS MACHISTAS COMO UN RETO DE TODA LA SOCIEDAD, UNA TAREA CONJUNTA QUE REQUIERE DE UNA ACCIÓN UNITARIA Y LA MÁXIMA COOPERACIÓN Y COLABORACIÓN EN EL RECHAZO, IDENTIFICACIÓN Y DENUNCIA DE CUALQUIER SITUACIÓN DE VIOLENCIA DE GÉNERO, EN CUALQUIER ENTORNO Y CON CUALQUIER MUJER.

Ejecución: Anual **Periodo de ejecución:** Del 5 de febrero al 31 de diciembre de 2025

Coste: 5.960.000

Aplicación presupuestaria: Concepto 640

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

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

Población objetivo de la campaña: General e infantil/juvenil

Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos



MINISTERIO DE IGUALDAD

DIRECCIÓN GENERAL PARA LA IGUALDAD DE TRATO Y NO DISCRIMINACIÓN Y CONTRA EL RACISMO

SENSIBILIZACIÓN SOCIAL CONTRA EL RACISMO Y LA DISCRIMINACIÓN RACIAL

Objetivo y sentido: COINCIDIENDO CON EL DÍA INTERNACIONAL DE LA ELIMINACIÓN DE LA DISCRIMINACIÓN RACIAL, SE PRETENDE CONCIENCIAR A LA CIUDADANÍA SOBRE LA NECESIDAD DE DESARROLLAR POLÍTICAS PÚBLICAS A FAVOR DE LA IGUALDAD DE TRATO Y PONER EN VALOR LA RIQUEZA DE UNA SOCIEDAD DIVERSA E INCLUYENTE. ASIMISMO, SENSIBILIZAR SOBRE LA EXISTENCIA DEL RACISMO ESTRUCTURAL Y SOBRE LA GRAVEDAD DE LOS ACTOS DE DISCRIMINACIÓN RACIAL O ÉTNICA. PROMOVER QUE TANTO VÍCTIMAS COMO TESTIGOS DENUNCIEN, DANDO A CONOCER EL SERVICIO DE ASISTENCIA Y ORIENTACIÓN A VÍCTIMAS DE DISCRIMINACIÓN RACIAL O ÉTNICA Y SU TELÉFONO DE ASISTENCIA GRATUITO 021.

Ejecución: Anual

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

Coste: 1.245.000

Aplicación presupuestaria: Concepto 640

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

Difusión: Nacional

Idioma: Castellano, catalán, gallego, euskera, valenciano, inglés y francés

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+

20 ANIVERSARIO DE LA LEY DEL MATRIMONIO IGUALITARIO

Objetivo y sentido: CONMEMORAR LA APROBACIÓN DE LA LEY 13/2005, DE 1 DE JULIO, POR LA QUE SE MODIFICÓ EL CÓDIGO CIVIL EN MATERIA DE DERECHO A CONTRAER MATRIMONIO Y QUE PERMITIÓ EL MATRIMONIO ENTRE PERSONAS DEL MISMO SEXO EN LAS MISMAS CONDICIONES Y CON LOS MISMOS DERECHOS QUE LAS PAREJAS HETEROSEXUALES, Y QUE MARCÓ EL PUNTO DE PARTIDA EN LA CONQUISTA DE DERECHOS Y DE LA IGUALDAD REAL Y EFECTIVA DE LAS PERSONAS LGTBI. LA CAMPAÑA SE DIRIGE A LA CIUDADANÍA EN SU CONJUNTO Y PRETENDE RECONOCER Y CELEBRAR LA DIVERSIDAD SEXUAL, DE GÉNERO Y FAMILIAR DE LA SOCIEDAD ESPAÑOLA.

Ejecución: Anual

Periodo de ejecución: Del 20 de junio al 20 de julio de 2025

Coste: 1.265.000

Aplicación presupuestaria: Concepto 640

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

Difusión: Nacional

Idioma: Castellano, catalán, gallego, euskera e inglés

Evaluación: Posttest

Población objetivo de la campaña: General y personas LGTBI

Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos



MINISTERIO DE INCLUSIÓN, SEGURIDAD SOCIAL Y MIGRACIONES

GABINETE DE LA MINISTRA

SEGURIDAD SOCIAL Y PERSONAS JÓVENES

Objetivo y sentido: INFORMAR A LAS PERSONAS JÓVENES SOBRE LA SEGURIDAD SOCIAL.

Ejecución: Anual **Periodo de ejecución:** Del 1 de mayo al 31 de diciembre de 2025

Coste: 1.875.000

Aplicación presupuestaria: Subconcepto 226.02

Soporte: Televisión, radio, prensa, Internet y exterior

Difusión: Nacional **Idioma:** Castellano

Población objetivo de la campaña: General, estudiantes, infantil/juvenil y personas trabajadoras

Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

SECRETARÍA DE ESTADO DE MIGRACIONES

MIGRACIÓN, FUENTE DE RIQUEZA

Objetivo y sentido: PONER EN VALOR LA MIGRACIÓN COMO UNA OPORTUNIDAD DE DESARROLLO SOSTENIBLE Y PROSPERIDAD.

Ejecución: Plurianual **Periodo de ejecución:** Del 1 de junio de 2025 al 31 de julio de 2026

Coste: 1.450.000 **Coste Plurianual:** 2.000.000

Aplicación presupuestaria: Subconcepto 226.02

Soporte: Televisión, radio, prensa, Internet y exterior

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

Población objetivo de la campaña: General, empresarios/as, estudiantes, infantil/juvenil y personas trabajadoras

Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

SECRETARÍA DE ESTADO DE SEGURIDAD SOCIAL Y PENSIONES

PROMOCIÓN DE LAS OPOSICIONES A LA SEGURIDAD SOCIAL

Objetivo y sentido: INFORMAR SOBRE LAS OPOSICIONES A LA SEGURIDAD SOCIAL.

Ejecución: Plurianual **Periodo de ejecución:** Del 1 de septiembre de 2025 al 31 de diciembre de 2026

Coste: 1.085.000 **Coste Plurianual:** 1.500.000

Aplicación presupuestaria: Subconcepto 226.02

Soporte: Televisión, radio, prensa, Internet y exterior

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

Población objetivo de la campaña: Estudiantes y personas trabajadoras

Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos



MINISTERIO DE INCLUSIÓN, SEGURIDAD SOCIAL Y MIGRACIONES

SECRETARÍA DE ESTADO DE SEGURIDAD SOCIAL Y PENSIONES

NUEVAS FÓRMULAS DE JUBILACIÓN

Objetivo y sentido: INFORMAR A LAS PERSONAS TRABAJADORAS QUE SE ENCUENTRAN EN LOS ÚLTIMOS AÑOS DE SU VIDA LABORAL DE LAS FÓRMULAS QUE FLEXIBILIZAN EL TRÁNSITO DEL TRABAJO A LA JUBILACIÓN: JUBILACIÓN ACTIVA, PARCIAL Y VOLUNTARIA DEMORADA.

Ejecución: Plurianual **Periodo de ejecución:** Del 1 de mayo de 2025 al 31 de diciembre de 2026

Coste: 750.000 **Coste Plurianual:** 1.250.000

Aplicación presupuestaria: Subconcepto 226.02

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

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

Población objetivo de la campaña: Tercera edad, personas trabajadoras y población con edad entre 55-70

Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

SECRETARÍA GENERAL DE INCLUSIÓN

INFORMACIÓN SOBRE EL INGRESO MÍNIMO VITAL

Objetivo y sentido: INFORMACIÓN PARA LOS POTENCIALES BENEFICIARIOS DE LA PRESTACIÓN ACERCA DE AUMENTAR SU TASA DE COBERTURA.

Ejecución: Plurianual **Periodo de ejecución:** Del 1 de mayo de 2025 al 15 de junio de 2026

Coste: 1.840.000 **Coste Plurianual:** 2.855.000

Aplicación presupuestaria: Subconcepto 226.02

Soporte: Televisión, radio, prensa, Internet y exterior

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

Población objetivo de la campaña: General y potenciales beneficiarios del IMV

Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

MINISTERIO PARA LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL Y DE LA FUNCIÓN PÚBLICA



INSTITUTO NACIONAL DE CIBERSEGURIDAD DE ESPAÑA, S.A. (INCIBE)

DIFUSIÓN DE SERVICIOS PÚBLICOS Y CONCIENCIACIÓN EN CIBERSEGURIDAD PARA LA CIUDADANÍA Y EMPRESAS

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

Ejecución: Plurianual

Periodo de ejecución: Del 1 de enero de 2024 al 31 de diciembre de 2025

Coste: 5.998.151

Coste Plurianual: 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/as, estudiantes, infantil/juvenil, tercera edad y personas trabajadoras

Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

Observaciones: Financiada con fondos MRR C15 I7

CONCIENCIACIÓN EN MATERIA DE CIBERSEGURIDAD INNOVACIÓN EN CIBERSEGURIDAD EN EL ÁMBITO DE LAS UNIVERSIDADES

Objetivo y sentido: IMPULSAR EL IMPACTO DE DETERMINADAS ACTUACIONES Y SERVICIOS PÚBLICOS EN MATERIA DE CIBERSEGURIDAD EN EL ÁMBITO UNIVERSITARIO.

Ejecución: Plurianual

Periodo de ejecución: Del 1 de febrero de 2025 al 31 de diciembre de 2026

Coste: 5.000.000

Coste Plurianual: 5.000.000

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

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

Difusión: Nacional

Idioma: Castellano, catalán, gallego, euskera y valenciano

Evaluación: Postest

Población objetivo de la campaña: Estudiantes y población universitaria

Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

TELÉFONO DE INFORMACIÓN DIGITAL 017

Objetivo y sentido: INFORMAR SOBRE EL TELÉFONO DE INFORMACIÓN DIGITAL 017, CUYO OBJETIVO ES INFORMAR A LOS CIUDADANÍA DE LA EXISTENCIA DE UN TELÉFONO DE AYUDA EN LÍNEA CON EL 112 O EL 016 SOBRE CONTENIDOS INADECUADOS EN REDES SOCIALES.

Ejecución: Anual

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

Coste: 2.810.000

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

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

MINISTERIO PARA LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL Y DE LA FUNCIÓN PÚBLICA

red.es

RED.ES

DERECHOS DIGITALES

Objetivo y sentido: PONER EN CONOCIMIENTO DE LA CIUDADANÍA LOS DERECHOS DIGITALES COMO UNA EXTENSIÓN DE LOS DERECHOS RECOGIDOS EN LA DECLARACIÓN UNIVERSAL DE LOS DERECHOS HUMANOS DE LA ORGANIZACIÓN DE LAS NACIONES UNIDAS (ONU) APLICADOS AL MUNDO ONLINE. EL SENTIDO DE LA CAMPAÑA ES REFORZAR Y CLARIFICAR LOS DERECHOS EN EL MUNDO DIGITAL, ASÍ COMO AUMENTAR LA CONFIANZA DE LAS PERSONAS ANTE LAS DISRUPCIONES TECNOLÓGICAS.

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

Coste: 1.793.000 **Coste Plurianual:** 3.093.000

Aplicación presupuestaria: Entidad Pública Empresarial, M.P. Su presupuesto no se ajusta a la clasificación económica de la AGE.

Soporte: Televisión, radio, prensa, revistas, Internet, exterior, marketing y otras herramientas. Plataformas TV, Internet (SEM y RRSS)

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

Observaciones: Financiada con fondos MRR/FEDER

DIGITALIZACIÓN DE EMPRESAS/CIUDADANÍA

Objetivo y sentido: INFORMAR A LOS POTENCIALES BENEFICIARIOS ACERCA DE LAS DIFERENTES INICIATIVAS CON EL FIN DE ESTIMULAR LA DEMANDA DE SOLUCIONES PARA LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL DE EMPRESAS/CIUDADANÍA. IMPULSAR LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL DE EMPRESAS/ AUTÓNOMOS/ CIUDADANÍA MEDIANTE LA IMPLEMENTACIÓN DE SOLUCIONES, PARA CONSEGUIR UN AVANCE SIGNIFICATIVO EN EL NIVEL DE MADUREZ DIGITAL /COMPETENCIAS DIGITALES.

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

Coste: 1.788.000 **Coste Plurianual:** 3.088.000

Aplicación presupuestaria: Entidad Pública Empresarial, M.P. Su presupuesto no se ajusta a la clasificación económica de la AGE.

Soporte: Televisión, radio, prensa, revistas, Internet, exterior, marketing y otras herramientas: plataformas TV, Internet (SEM y RRSS)

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

Población objetivo de la campaña: General, empresarios/as, estudiantes, personas trabajadoras, autónomos, PYMEs y población en riesgo de exclusión digital

Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

Observaciones: Financiada con fondos MRR/FEDER



MINISTERIO DE JUVENTUD E INFANCIA

SECRETARÍA DE ESTADO DE JUVENTUD E INFANCIA

ENTORNOS DIGITALES SEGUROS

Objetivo y sentido: PROMOCIÓN Y SENSIBILIZACIÓN SOBRE ENTORNOS DIGITALES SEGUROS Y LOS DERECHOS DIGITALES DE LA INFANCIA Y LA JUVENTUD.

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

Coste: 2.470.000

Aplicación presupuestaria: Concepto 640

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

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

DERECHOS DE LA INFANCIA, DERECHO AL JUEGO

Objetivo y sentido: SENSIBILIZACIÓN SOBRE LOS DERECHOS DE LA INFANCIA, CON ESPECIAL ATENCIÓN AL DERECHO AL JUEGO, RECONOCIDO EN EL ARTÍCULO 31 DE LA CONVENCIÓN DE LOS DERECHOS DEL NIÑO.

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

Coste: 1.235.000

Aplicación presupuestaria: Concepto 640

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

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

SENSIBILIZACIÓN SOBRE LOS DERECHOS DE LAS GENERACIONES FUTURAS Y BIENES COMUNES

Objetivo y sentido: SENSIBILIZAR ACERCA DE LOS DERECHOS DE LAS GENERACIONES FUTURAS A DISFRUTAR DE TODOS LOS DERECHOS HUMANOS INDIVIDUALES Y COLECTIVOS, INCLUIDO EL DERECHO A UN MEDIO AMBIENTE LIMPIO Y SANO, Y UN CLIMA SOSTENIBLE, PARA LO QUE SE HACE NECESARIA LA PRESERVACIÓN DE LOS BIENES COMUNES.

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

Coste: 1.235.000

Aplicación presupuestaria: Concepto 640

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

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

**MINISTERIO DE JUVENTUD E INFANCIA****DIRECCIÓN GENERAL DE DERECHOS DE LA INFANCIA Y DE LA ADOLESCENCIA****SENSIBILIZACIÓN CONTRA LA VIOLENCIA HACIA LA INFANCIA Y LA ADOLESCENCIA**

Objetivo y sentido: SENSIBILIZACIÓN ACERCA DE 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.

Ejecución: Anual

Periodo de ejecución: A determinar

Coste: 1.300.000

Aplicación presupuestaria: Concepto 640

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

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

Anexo IV: Relación de campañas comerciales

MINISTERIO DE LA PRESIDENCIA, JUSTICIA Y RELACIONES CON LAS CORTES	
	AGENCIA ESTATAL BOLETÍN OFICIAL DEL ESTADO
PRODUCTOS Y SERVICIOS DE LA AGENCIA ESTATAL BOLETÍN OFICIAL DEL ESTADO	
Objetivo y sentido: INFORMACIÓN Y PROMOCIÓN DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS QUE LA AGENCIA ESTATAL BOLETÍN OFICIAL DEL ESTADO OFRECE A LA CIUDADANÍA.	
Ejecución: Anual	Periodo de ejecución: Del 15 de enero al 30 de junio de 2025 y del 1 de septiembre al 31 de diciembre de 2025
Coste: 20.000	
Soporte: Internet, marketing y relaciones públicas	
Difusión: Nacional	Idioma: Castellano
Población objetivo de la campaña: General, estudiantes y personas trabajadoras	
Medidas accesibilidad: Subtitulación	

	CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN DE PATRIMONIO NACIONAL
DIFUSIÓN Y PROMOCIÓN DE UNA NUEVA EXPOSICIÓN TEMPORAL EN LA GALERÍA DE LAS COLECCIONES REALES SOBRE VICTORIA EUGENIA	
Objetivo y sentido: DIFUSIÓN Y PROMOCIÓN DE LA NUEVA EXPOSICIÓN TEMPORAL EN LA GALERÍA DE LAS COLECCIONES REALES.	
Ejecución: Anual	Periodo de ejecución: Del 1 de septiembre al 30 de noviembre de 2025
Coste: 150.000	
Soporte: Internet y exterior	
Difusión: Nacional	Idioma: Castellano
Población objetivo de la campaña: General, estudiantes, tercera edad y personas trabajadoras	
Medidas accesibilidad: Subtitulación	

DIFUSIÓN Y PROMOCIÓN DE LA NUEVA EXPOSICIÓN EN LA GALERÍA DE LAS COLECCIONES REALES SOBRE TAPICES	
Objetivo y sentido: DIFUSIÓN Y PROMOCIÓN DE LA NUEVA EXPOSICIÓN EN LA GALERÍA DE LAS COLECCIONES REALES.	
Ejecución: Anual	Periodo de ejecución: Del 1 de marzo al 30 de junio de 2025
Coste: 100.000	
Soporte: Internet y exterior	
Difusión: Nacional	Idioma: Castellano
Población objetivo de la campaña: General, estudiantes, tercera edad y personas trabajadoras	
Medidas accesibilidad: Subtitulación	

MINISTERIO DE LA PRESIDENCIA, JUSTICIA Y RELACIONES CON LAS CORTES**CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN DE PATRIMONIO NACIONAL****REAPERTURA DE LA REAL ARMERÍA DEL PALACIO REAL TRAS LA REFORMA REALIZADA CON FONDOS EUROPEOS**

Objetivo y sentido: PROMOCIÓN DE LA LA REAL ARMERÍA DEL PALACIO REAL TRAS SU REAPERTURA, UNA VEZ FINALIZADA LA REFORMA REALIZADA CON EL APOYO FINANCIERO DE LOS FONDOS EUROPEOS, EN EL MARCO DEL PLAN DE RECUPERACIÓN, TRANSFORMACIÓN Y RESILIENCIA.

Ejecución: Anual **Periodo de ejecución:** Del 1 de abril al 30 de junio de 2025

Coste: 250.000

Aplicación presupuestaria: Subconcepto 226.02

Soporte: Internet, exterior y relaciones públicas

Difusión: Nacional **Idioma:** Castellano

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

Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

MINISTERIO DE HACIENDA**COMPAÑÍA ESPAÑOLA DE TABACO EN RAMA, S.A. (CETARSA - SEPI)****INSERCIONES PUBLICITARIAS**

Objetivo y sentido: DIFUSIÓN DE INFORMACIÓN SOBRE EL SECTOR DEL TABACO: SU INFLUENCIA EN LA ECONOMÍA Y EL EMPLEO EN EXTREMADURA.

Ejecución: Anual **Periodo de ejecución:** Del 1 de enero al 31 de diciembre de 2025

Coste: 38.473

Soporte: Radio, prensa y revistas

Difusión: Regional **Idioma:** Castellano

Población objetivo de la campaña: General

**CORPORACIÓN RTVE (SEPI)****DIVULGACION DE VALORES DE RTVE Y PROMOCION DE MARCAS, PRODUCTOS Y PROGRAMAS DE LA CORPORACIÓN RTVE.**

Objetivo y sentido: 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 ACCIONES CULTURALES DE INTERÉS.

Ejecución: Anual **Periodo de ejecución:** Del 1 de enero al 31 de diciembre de 2025

Coste: 3.071.009

Soporte: A determinar

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

Población objetivo de la campaña: General

Medidas accesibilidad: Subtitulación

MINISTERIO DE HACIENDA



ENSA EQUIPOS NUCLEARES, S.A. (SEPI)

ANUNCIOS ESPECIALIZADOS EN EL SECTOR NUCLEAR

Objetivo y sentido: VISIBILIDAD DE ENSA. PROYECCIÓN DE LA IMAGEN DE MARCA.

Ejecución: Anual

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

Coste: 45.800

Soporte: A determinar

Difusión: Nacional

Idioma: Castellano

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

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 SUS ÁREAS DE INFLUENCIA, ASÍ COMO DAR VISIBILIDAD A LOS HITOS INTERNOS QUE SE DESARROLLEN. DIFUNDIR 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 2025

Coste: 83.000

Soporte: Radio, prensa, revistas e Internet

Difusión: Regional

Idioma: Castellano

Evaluación: Postest

Población objetivo de la campaña: General

Medidas accesibilidad: Subtitulación



FUNDACIÓN SEPI

ACCIONES DE COMUNICACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE LA FUNDACIÓN

Objetivo y sentido: PROMOCIÓN DE LOS PROGRAMAS DE ACTIVIDADES DE LA FUNDACIÓN.

Ejecución: Anual

Periodo de ejecución: A determinar

Coste: 41.000

Soporte: A determinar

Difusión: Nacional

Idioma: Castellano

Población objetivo de la campaña: Empresarios/as y estudiantes

Medidas accesibilidad: Subtitulación

MINISTERIO DE HACIENDA



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 2025

Coste: 90.000

Soporte: Televisión, radio, prensa e Internet

Difusión: Regional **Idioma:** Castellano

Población objetivo de la campaña: General y empresarios/as

Medidas accesibilidad: Subtitulación



HIPÓDROMO DE LA ZARZUELA (SEPI)

HIPÓDROMO DE LA ZARZUELA (HZ), EL HOGAR DEL PURA SANGRE

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 2025

Coste: 200.000

Soporte: A determinar

Difusión: Autonómica **Idioma:** Castellano

Población objetivo de la campaña: Infantil/juvenil, aficionados y visitantes



MERCASA (SEPI)

INSERCIONES PUBLICITARIAS

Objetivo y sentido: AUMENTAR LA VISIBILIDAD DE LA MARCA, GENERAR TRÁFICO AL SITIO WEB, FOMENTAR LA INTERACCIÓN Y PROMOVER EVENTOS (FRUIT ATTRACTION Y EL FORO MERCASA).

Ejecución: Anual **Periodo de ejecución:** Del 1 al 31 de marzo, del 1 al 30 de septiembre y del 1 al 30 de noviembre de 2025

Coste: 3.630

Soporte: Internet

Difusión: Nacional **Idioma:** Castellano **Evaluación:** Pretest y posttest

Población objetivo de la campaña: General

Medidas accesibilidad: Subtitulación

MINISTERIO DE HACIENDA

**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 2025

Coste: 70.000

Soporte: A determinar

Difusión: Nacional

Idioma: Castellano

Población objetivo de la campaña: Infantil/juvenil y tercera edad

Medidas accesibilidad: Subtitulación

**NAVANTIA (SEPI)****INSERCIONES EN REVISTAS ESPECIALIZADAS Y MEDIOS GENERALISTAS SOBRE CONSTRUCCIÓN Y REPARACIÓN NAVAL, DEFENSA Y SECTOR EÓLICO MARINO**

Objetivo y sentido: MANTENER LA PRESENCIA DE NAVANTIA COMO EMPRESA LÍDER EN CONSTRUCCIÓN NAVAL Y CONSOLIDACIÓN EN EL SECTOR EÓLICO MARINO, ASÍ COMO DIFUNDIR UNA IMAGEN DE EMPRESA TECNOLÓGICA Y SOSTENIBLE.

Ejecución: Anual

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

Coste: 419.730

Soporte: Prensa, revistas e Internet

Difusión: Internacional

Idioma: Castellano e inglés

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

Medidas accesibilidad: Subtitulación

**SOCIEDAD ESTATAL CORREOS Y TELÉGRAFOS, S.A. (SEPI)****CAMPAÑAS DE MARKETING Y PUBLICIDAD DE APOYO A NEGOCIO**

Objetivo y sentido: FOMENTAR EL CONOCIMIENTO, LA VENTA Y CONTRATACIÓN DE LOS DIFERENTES PRODUCTOS Y SERVICIOS DE LA COMPAÑÍA EN CUALQUIER CANAL (DIGITAL, OFFLINE, OFICINAS, RRSS).

Ejecución: Anual

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

Coste: 6.655.000

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

Difusión: Nacional

Idioma: Castellano

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

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 DEL MERCADO Y FACILITADOR DE SERVICIOS PARA LA CIUDADANÍA. INCREMENTAR LA NOTORIEDAD DE MARCA CON LOS DIFERENTES GRUPOS DE COMUNICACIÓN NACIONALES Y ECONÓMICOS.

Ejecución: Anual

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

Coste: 2.662.000

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

Difusión: Nacional

Idioma: Castellano

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

Medidas accesibilidad: Subtitulación

ACUERDOS DE COLABORACIÓN Y PATROCINIOS PUBLICITARIOS

Objetivo y sentido: DAR APOYO A LA CONSECUCCIÓN DE OBJETIVOS COMERCIALES DE LAS DIFERENTES UNIDADES DE NEGOCIO. PRODUCCIÓN Y ACTIVACIÓN DE STANDS EN FERIAS Y EVENTOS, ASÍ COMO DIFUSIÓN Y EXPLOTACIÓN DE LOS DIFERENTES ACUERDOS Y ACTIVACIONES PUBLICITARIAS.

Ejecución: Anual

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

Coste: 1.433.850

Soporte: Relaciones públicas y eventos deportivos

Difusión: Nacional

Idioma: Castellano

Población objetivo de la campaña: General y empresarios/as

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)

Objetivo y sentido: DIFUSIÓN E INFORMACIÓN DE ESTOS SORTEOS ENTRE EL PÚBLICO MAYOR DE 18 AÑOS.

Ejecución: Anual

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

Coste: 46.220.000

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

MINISTERIO DE HACIENDA



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 2025

Coste: 166.090

Soporte: Prensa, revistas, Internet, patrocinios publicitarios y eventos

Difusión: Nacional

Idioma: Castellano

Población objetivo de la campaña: Empresarios/as, administraciones públicas y ONG

Medidas accesibilidad: Subtitulación

MINISTERIO DE TRANSPORTES Y MOVILIDAD SOSTENIBLE



AENA SME, S.A.

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: Del 1 de enero al 31 de diciembre de 2025

Coste: 13.068.000

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

NEGOCIOS COMERCIALES DE AENA

Objetivo y sentido: PROMOCIÓN DE LAS LÍNEAS DE NEGOCIO COMERCIALES E INMOBILIARIAS QUE SE GESTIONAN EN AENA (APARCAMIENTOS, SERVICIOS VIP, PROYECTOS DIGITALES, WIFI, CLUB DE FIDELIZACIÓN, CARGA AÉREA, RETAIL Y MARKETPLACES) DE LA RED DE AEROPUERTOS DE AENA.

Ejecución: Anual

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

Coste: 3.920.400

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

Difusión: Nacional

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

Población objetivo de la campaña: General

Medidas accesibilidad: Subtitulación

MINISTERIO DE TRANSPORTES Y MOVILIDAD SOSTENIBLE



CENTRO NACIONAL DE INFORMACIÓN GEOGRÁFICA (CNIG)

DIFUSIÓN DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS DEL IGN Y CNIG

Objetivo y sentido: PROMOCIONAR LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS DEL INSTITUTO GEOGRÁFICO NACIONAL Y DEL O.A. CENTRO NACIONAL DE INFORMACIÓN GEOGRÁFICA.

Ejecución: Anual

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

Coste: 19.228

Soporte: Revistas e Internet

Difusión: Nacional

Idioma: Castellano

Población objetivo de la campaña: Profesionales del sector de las tecnologías aplicadas a la información geoespacial y otros profesionales que realizan un uso extensivo de la información geográfica

Medidas accesibilidad: Subtitulación y audiodescripción



ENAIRE

INSERCIÓNES PUBLICITARIAS GENÉRICAS DE ENAIRE

Objetivo y sentido: CAMPAÑAS PARA DAR A CONOCER EL PLAN DE VUELO 2025 Y 2030 DE ENAIRE CON SUS PLANES DE ACTUACIÓN EN MATERIA DE SEGURIDAD, SOSTENIBILIDAD, EFICIENCIA, DIGITALIZACIÓN, Y APOYO A LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA EN MEDIOS ESPECIALIZADOS, ASÍ COMO OTRAS ACCIONES DE COMUNICACIÓN DE APOYO Y ESTÍMULO AL SECTOR DEL TRANSPORTE AÉREO EN MEDIOS DE CARÁCTER GENERAL. ASIMISMO, CAMPAÑAS EN MATERIA DE INTERNACIONALIZACIÓN DE ENAIRE, CIELO ÚNICO EUROPEO Y DESARROLLO DEL PROYECTO SOBRE DRONES U-SPACE.

Ejecución: Anual

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

Coste: 133.100

Soporte: Prensa, revistas e Internet

Difusión: Internacional

Idioma: Castellano e inglés

Población objetivo de la campaña: General

Medidas accesibilidad: Subtitulación

INGENIERÍA Y ECONOMÍA DEL TRANSPORTE, S.A.
(INECO)

POSICIONAMIENTO DE MARCA INECO

Objetivo y sentido: MEJORAR EL POSICIONAMIENTO DE LA MARCA INECO EN EL SECTOR NACIONAL E INTERNACIONAL.

Ejecución: Anual

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

Coste: 60.500

Soporte: Prensa, Internet y relaciones públicas

Difusión: Internacional

Idioma: Castellano e inglés

Población objetivo de la campaña: Clientes y potenciales clientes

Medidas accesibilidad: Subtitulación

MINISTERIO DE TRANSPORTES Y MOVILIDAD SOSTENIBLE

Puertos del Estado

PUERTOS DEL ESTADO

POSICIONAMIENTO DE PUERTOS DEL ESTADO Y LOS PUERTOS DE TITULARIDAD ESTATAL

Objetivo y sentido: DAR A CONOCER LAS VENTAJAS COMPETITIVAS DE LOS PUERTOS ESPAÑOLES COMO PIEZA CLAVE EN LA CADENA LOGÍSTICA MUNDIAL Y PARA EL COMERCIO Y TURISMO NACIONAL, Y POSICIONAR AL SISTEMA PORTUARIO DE TITULARIDAD ESTATAL COMO EFICIENTE, SOSTENIBLE, INNOVADOR Y SEGURO PARA REFORZAR SU POSICIÓN FRENTE A LA COMPETENCIA.

Ejecución: Anual**Periodo de ejecución:** Del 1 de enero al 31 de diciembre de 2025**Coste:** 150.000**Soporte:** Radio, prensa, revistas e Internet**Difusión:** Nacional**Idioma:** Castellano**Población objetivo de la campaña:** Empresarios/as, empresas y potenciales personas usuarias de los puertos**Medidas accesibilidad:** Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

RENFE OPERADORA

NUEVOS PRODUCTOS Y SERVICIOS

Objetivo y sentido: INFORMAR ACERCA DE LA PUESTA EN MARCHA DE NUEVOS SERVICIOS

Ejecución: Anual**Periodo de ejecución:** Del 15 de enero al 3 de febrero de 2025 y del 15 de septiembre al 15 de octubre de 2025**Coste:** 8.000.000**Soporte:** Radio, prensa, revistas 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

GRATUIDAD ABONOS Y NUEVOS TRENES DE CERCANIAS Y MEDIA DISTANCIA

Objetivo y sentido: INFORMAR A LAS PERSONAS USUARIAS ACERCA DE LOS ABONOS.

Ejecución: Anual**Periodo de ejecución:** Del 15 al 31 de enero de 2025 y del 1 al 30 de junio de 2025**Coste:** 1.210.000**Soporte:** Radio, prensa, revistas 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

INFORMACION SOBRE AFECTACION POR OBRAS Y PLANES ALTERNATIVOS DE TRANSPORTE

Objetivo y sentido: INFORMAR ACERCA DE LAS DIFERENTES OBRAS QUE SE LLEVARAN A CABO A LO LARGO DEL AÑO, ASI COMO LAS ALTERNATIVAS QUE LA EMPRESA OFRECE PARA FACILITAR LA MOVILIDAD.

Ejecución: Anual**Periodo de ejecución:** Del 1 de enero al 31 de diciembre de 2025**Coste:** 1.210.000**Soporte:** Radio, prensa e Internet**Difusión:** Autonómica**Idioma:** Castellano, catalán, gallego, euskera y valenciano**Población objetivo de la campaña:** General**Medidas accesibilidad:** Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

MINISTERIO DE INDUSTRIA Y TURISMO

EMPRESA NACIONAL DE INNOVACIÓN, S.A.
(ENISA - GRUPO PATRIMONIO)

FINANCIACIÓN ENISA

Objetivo y sentido: DIFUSIÓN DE LA FINANCIACIÓN. DIRIGIDA A PYMES Y EMPRENDEDORES Y VISIBILIDAD DE LA MARCA ENISA.

Ejecución: Anual

Periodo de ejecución: A determinar

Coste: 300.000

Saporte: Radio, Internet y otras herramientas: participación en mesas redondas u otro tipo de formatos de comunicación

Difusión: Nacional

Idioma: Castellano

Evaluación: Pretest y postest

Población objetivo de la campaña: Empresarios/as

Medidas accesibilidad: Subtitulación



ESCUELA DE ORGANIZACIÓN INDUSTRIAL (EOI)

PROGRAMAS GENERACIÓN D (SEDIA) - PRTR

Objetivo y sentido: CAPTACIÓN DE ALUMNADO Y BENEFICIARIOS/AS DE LOS PROGRAMAS GENERACIÓN D.

Ejecución: Anual

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

Coste: 1.126.000

Saporte: Radio, prensa, revistas, Internet, exterior y relaciones públicas

Difusión: Nacional

Idioma: Castellano

Evaluación: Postest

Población objetivo de la campaña: Empresarios/as, personas trabajadoras y personas desempleadas

Medidas accesibilidad: Subtitulación

COMERCIALIZACIÓN CURSO ACADÉMICO 2025

Objetivo y sentido: CAPTACIÓN DE ALUMNADO DE POSTGRADO, EXECUTIVE EDUCATION E INCOMPANY EOI.

Ejecución: Anual

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

Coste: 726.000

Saporte: Radio, prensa, revistas, Internet, exterior y relaciones públicas

Difusión: Nacional

Idioma: Castellano

Evaluación: Postest

Población objetivo de la campaña: Empresarios/as, estudiantes y personas trabajadoras

Medidas accesibilidad: Subtitulación



MINISTERIO DE INDUSTRIA Y TURISMO



ESCUELA DE ORGANIZACIÓN INDUSTRIAL (EOI)

PROGRAMAS ACTIVA PRTR

Objetivo y sentido: CAPTACIÓN DE ALUMNADO Y BENEFICIARIOS/AS DE LOS PROGRAMAS ACTIVA STARTUP, ACTIVA INDUSTRIA Y ACTIVA CIBERSEGURIDAD.

Ejecución: Anual

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

Coste: 181.500

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

Difusión: Nacional

Idioma: Castellano

Evaluación: Postest

Población objetivo de la campaña: Empresarios/as, personas trabajadoras y ecosistema emprendedor

Medidas accesibilidad: Subtitulación

PROGRAMAS FSE+

Objetivo y sentido: CAPTACIÓN DE ALUMNADO Y BENEFICIARIOS/AS DE LOS PROGRAMAS FSE+.

Ejecución: Anual

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

Coste: 133.100

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

Difusión: Nacional

Idioma: Castellano

Evaluación: Postest

Población objetivo de la campaña: Estudiantes, personas trabajadoras, ecosistema emprendedor y personas desempleadas

Medidas accesibilidad: Subtitulación

CAPTACIÓN DE BENEFICIARIOS - ACELERA STARTUPS PRTR

Objetivo y sentido: CAPTACIÓN DE ALUMNADO Y BENEFICIARIOS/AS DE LOS PROGRAMAS CRECIMIENTO PYME.

Ejecución: Anual

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

Coste: 121.000

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

Difusión: Nacional

Idioma: Castellano

Evaluación: Postest

Población objetivo de la campaña: Empresarios/as, personas trabajadoras y ecosistema emprendedor

Medidas accesibilidad: Subtitulación

MINISTERIO DE INDUSTRIA Y TURISMO



INSTITUTO DE TURISMO DE ESPAÑA (TURESPAÑA)

CAMPAÑAS INTERNACIONALES DE TURESPAÑA EN 2025

Objetivo y sentido: POSICIONAR ESPAÑA COMO EL DESTINO VACACIONAL IDEAL PARA PRACTICAR EL "SLOW TRAVEL"; ATRAER/FIDELIZAR UN PERFIL DE TURISTA QUE CONTRIBUYA A LA DIVERSIFICACIÓN DE TURISMO; MEJORAR LA NOTORIEDAD Y POSICIONAMIENTO INTERNACIONAL DE LOS DESTINOS ESPAÑOLES Y MEJORAR LA PERCEPCIÓN DE ESPAÑA COMO UN DESTINO SOSTENIBLE Y COMPROMETIDO CON LA SOSTENIBILIDAD.

Ejecución: Anual

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

Coste: 1.839.136

SopORTE: Internet y otras herramientas: redes sociales y newsletters digitales

Difusión: Internacional

Idioma: Castellano

Población objetivo de la campaña: General

Medidas accesibilidad: Subtitulación

PARADORES DE TURISMO DE ESPAÑA
(GRUPO PATRIMONIO)

DONDE HAY UN PARADOR

Objetivo y sentido: DAR A CONOCER LA SINGULARIDAD DE LA OFERTA DE PARADORES Y GENERAR VENTAS EN SUS DISTINTOS PÚBLICOS. PONER EN VALOR LOS ATRIBUTOS DIFERENCIALES Y POSITIVOS DE LA MARCA.

Ejecución: Anual

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

Coste: 3.778.900

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

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
Y PROMOCIÓN DE YEGUADA CARTUJA HIERRO DE BOCADO

Objetivo y sentido: DIFUNDIR Y ATRAER PÚBLICO AL PROGRAMA DE VISITAS A LAS INSTALACIONES.

Ejecución: Anual

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

Coste: 29.398

SopORTE: Radio, prensa, revistas e Internet

Difusión: Regional

Idioma: Castellano

Población objetivo de la campaña: Visitantes a la zona y público aficionado

Medidas accesibilidad: Subtitulación

MINISTERIO PARA LA TRANSICIÓN ECOLÓGICA Y EL RETO DEMOGRÁFICO**FUNDACIÓN CIUDAD DE LA ENERGÍA - CIUDEN, F.S.P.****ACTIVIDAD CULTURAL EN INSTALACIONES DE CIUDEN**

Objetivo y sentido: DAR A CONOCER LA PROGRAMACIÓN CULTURAL, DIDÁCTICA Y EDUCATIVA QUE OFRECEN LAS INSTALACIONES CULTURALES DE LA FUNDACIÓN (PRINCIPALMENTE LA FÁBRICA DE LUZ, MUSEO DE LA ENERGÍA Y LA TÉRMICA CULTURAL), ASÍ COMO SUS PROYECTOS MÁS DESTACADOS COMO ES LA RECICLADORA CULTURAL. TODO ELLO CON LOS OBJETIVOS DE REFORZAR EL POSICIONAMIENTO Y LA IMAGEN DE MARCA COMO ENTIDADES CULTURALES, PUBLICITAR LA ACTIVIDAD CULTURAL OFERTADA PARA CAPTAR VISITANTES, INFORMAR A LOS CENTROS EDUCATIVOS E IMPACTAR A LOS PROFESIONALES DEL SECTOR CULTURAL.

Ejecución: Anual

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

Coste: 125.000

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

Difusión: Provincial

Idioma: Castellano

Población objetivo de la campaña: General, infantil/juvenil, tercera edad y gestión cultural

Medidas accesibilidad: Subtitulación

Observaciones: La campaña se ordena en sucesivas oleadas dirigidas principalmente a público general en una zona geográfica que abarca las comarcas del Bierzo, Lacia y la provincia de León. Esto se combinará con alcance nacional a través del uso de redes sociales.

ACTIVIDAD DE LA OFICINA DE TRANSFORMACIÓN COMUNITARIA (OTC) TRANSENERCYL CIUDEN

Objetivo y sentido: PROMOVER LA IMAGEN DE MARCA Y LA ACTIVIDAD DE LA OFICINA DE TRANSFORMACIÓN COMUNITARIA TRANSENERCYL CIUDEN PARA EL IMPULSO DE LAS COMUNIDADES ENERGÉTICAS EN LA PROVINCIA DE LEÓN.

Ejecución: Anual

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

Coste: 18.000

SopORTE: Televisión, radio, prensa, revistas, Internet y otras herramientas: redes sociales y buscadores

Difusión: Provincial

Idioma: Castellano

Población objetivo de la campaña: General y personas trabajadoras

Medidas accesibilidad: Subtitulación y audiodescripción

Observaciones: La campaña se dirige a público general en una zona geográfica que abarca, principalmente, las comarcas del Bierzo, Lacia y la provincia de León.

ACTIVIDAD FORMATIVA REALIZADA POR CIUDEN VIVERO

Objetivo y sentido: DAR A CONOCER A LA POBLACIÓN DE LA PROVINCIA LA OFERTA FORMATIVA DESARROLLADA POR CIUDEN VIVERO Y EL ÁREA DE FORMACIÓN Y PRODUCCIÓN DE PLANTA, CON EL OBJETIVO DE INCREMENTAR EL NÚMERO DE PARTICIPANTES EN SUS PROGRAMAS Y CONTRIBUYENDO A UNA MAYOR EMPLEABILIDAD.

Ejecución: Anual

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

Coste: 18.000

SopORTE: Televisión, radio, prensa, revistas, Internet y otras herramientas: redes sociales y buscadores

Difusión: Provincial

Idioma: Castellano

Población objetivo de la campaña: Estudiantes y personas trabajadoras

Medidas accesibilidad: Subtitulación y audiodescripción

Observaciones: La campaña se dirige a público general en una zona geográfica que abarca, principalmente, las comarcas del Bierzo, Lacia y la provincia de León.

MINISTERIO PARA LA TRANSICIÓN ECOLÓGICA Y EL RETO DEMOGRÁFICO



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

PROGRAMACIÓN CULTURAL DE DINAMIZ-ARTJ

Objetivo y sentido: PONER EN VALOR LA IMAGEN DE MARCA Y LA ACTIVIDAD GENERADA POR EL PROGRAMA CULTURAL DINAMIZ-ARTJ, ESPECIALMENTE ENFOCADO A ZONAS DE TRANSICIÓN JUSTA, Y CON EL OBJETIVO DE PROMOVER SU ACTIVIDAD Y PUBLICITAR SU EXTENSA PROGRAMACIÓN.

Ejecución: Anual

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

Coste: 15.000

SopORTE: Televisión, radio, prensa, revistas, Internet, exterior y otras herramientas: redes sociales y buscadores

Difusión: Nacional

Idioma: Castellano

Población objetivo de la campaña: General

Medidas accesibilidad: Subtitulación y audiodescripción

Observaciones: Inicialmente se plantea con enfoque a zonas de transición justa, por lo que el alcance es nacional, aunque se tratará de geolocalización.

DIFUSIÓN DE ACCIONES EN MATERIA DE HIDRÓGENO VERDE Y ALMACENAMIENTO ENERGÉTICO

Objetivo y sentido: DAR A CONOCER EL PROYECTO DE PRODUCCIÓN DE HIDRÓGENO Y ALMACENAMIENTO ENERGÉTICO LLEVADO A CABO EN EL CENTRO DE DESARROLLO DE TECNOLOGÍAS DE CUBILLOS DEL SIL Y/O EN LAS INSTALACIONES DE CIUDEN.

Ejecución: Anual

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

Coste: 10.000

SopORTE: Prensa, revistas, Internet y otras herramientas: redes sociales y buscadores

Difusión: Nacional

Idioma: Castellano

Población objetivo de la campaña: Personal académico e investigador, personal técnico relacionado con las energías renovables y la descarbonización

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 LA PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN DE LAS ARTES ESCÉNICAS Y DE LA MÚSICA.

Ejecución: Anual

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

Coste: 1.645.000

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

Difusión: Nacional

Idioma: Castellano

Población objetivo de la campaña: General y público aficionado a las artes escénicas

Medidas accesibilidad: Subtitulación

MINISTERIO DE CULTURA



MUSEO NACIONAL CENTRO DE ARTE REINA SOFÍA

EXPOSICIONES Y ACTIVIDADES DEL MUSEO REINA SOFIA

Objetivo y sentido: DAR DIFUSIÓN A LAS DIFERENTES EXPOSICIONES Y ACTIVIDADES QUE SE CELEBRARÁN EN EL MUSEO REINA SOFÍA DURANTE EL AÑO 2025.

Ejecución: Anual

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

Coste: 120.000

Soporte: Prensa, revistas, Internet y exterior

Difusión: Nacional

Idioma: Castellano

Población objetivo de la campaña: Públicos objetivos del MNCARS

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 2025

Coste: 650.000

Soporte: Radio, prensa, revistas, Internet, exterior, cine, marketing y otras herramientas

Difusión: Nacional

Idioma: Castellano

Población objetivo de la campaña: Público objetivo del MNP

Medidas accesibilidad: Subtitulación

MINISTERIO DE ECONOMÍA, COMERCIO Y EMPRESA



CESCE (GRUPO PATRIMONIO)

PRODUCTOS CESCE

Objetivo y sentido: PROMOCIONAR LOS PRODUCTOS CESCE POR CUENTA DEL ESTADO (SEGUROS, CRÉDITOS, PÓLIZAS, FINANCIACIÓN).

Ejecución: Anual

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

Coste: 159.720

Soporte: Prensa, revistas e Internet

Difusión: Nacional

Idioma: Castellano

Población objetivo de la campaña: Empresarios/as

Medidas accesibilidad: Subtitulación

MINISTERIO DE ECONOMÍA, COMERCIO Y EMPRESA

DIRECCIÓN GENERAL DEL TESORO Y POLÍTICA FINANCIERA

PLAN DE EDUCACIÓN FINANCIERA 2025

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.

Ejecución: Anual **Periodo de ejecución:** Del 1 de enero al 31 de diciembre de 2025

Coste: 20.000

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

Observaciones: Esta campaña se realiza en el marco del PLAN DE EDUCACIÓN FINANCIERA 2025 que gestionan el Banco de España y la CNMV



INSTITUTO DE CRÉDITO OFICIAL (ICO)

PRODUCTOS FINANCIACIÓN ICO

Objetivo y sentido: PROMOCIONAR LOS DIFERENTES PRODUCTOS Y PROGRAMAS FINANCIACIÓN DE ICO.

Ejecución: Anual **Periodo de ejecución:** Del 1 de enero al 31 de diciembre de 2025

Coste: 3.960.500

Soporte: Radio, prensa, revistas, Internet, exterior y otras herramientas: redes sociales y otras acciones informativas

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

Población objetivo de la campaña: General y empresarios/as

Medidas accesibilidad: Subtitulación

ANUNCIOS EN MEDIOS INTERNACIONALES

Objetivo y sentido: ANUNCIOS EN REVISTAS INTERNACIONALES Y MEDIOS ON-LINE ESPECIALIZADOS EN MERCADOS DE CAPITAL Y NÚMEROS ESPECIALES RELACIONADOS CON EMISIONES Y FINANCIACIÓN SOSTENIBLES.

Ejecución: Anual **Periodo de ejecución:** Del 1 de enero al 31 de diciembre de 2025

Coste: 300.000

Soporte: Revistas e Internet

Difusión: Internacional **Idioma:** Inglés

Población objetivo de la campaña: Inversores

Medidas accesibilidad: Subtitulación

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 19 de julio de 2025

Coste: 39.914

Soporte: Internet

Difusión: Nacional

Idioma: Castellano

Población objetivo de la campaña: General y estudiantes

Medidas accesibilidad: Subtitulación y audiodescripción



UNIVERSIDAD NACIONAL DE EDUCACIÓN A DISTANCIA (UNED)

OFERTA FORMATIVA DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE EDUCACIÓN A DISTANCIA

Objetivo y sentido: DAR PUBLICIDAD A LAS TITULACIONES DE GRADO, MÁSTER, DOCTORADO Y CURSOS DE FORMACIÓN PERMANENTE DE LA UNIVERSIDAD.

Ejecución: Anual

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

Coste: 242.000

Soporte: Prensa, revistas e Internet

Difusión: Nacional

Idioma: Castellano, catalán, gallego y euskera

Población objetivo de la campaña: Estudiantes

Medidas accesibilidad: Subtitulación



MINISTERIO PARA LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL Y DE LA FUNCIÓN PÚBLICA



INSTITUTO NACIONAL DE CIBERSEGURIDAD DE ESPAÑA, S.A. (INCIBE)

CIBERSEGURIDAD PARA LA CIUDADANÍA Y EMPRESAS

Objetivo y sentido: DIFUNDIR INICIATIVAS “ENTRE EMPRESAS Y ENTIDADES” PARA QUE SE ADHIERAN COMO COINVERSORES Y PATROCINADORES DE INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO DE TECNOLOGÍAS NECESARIAS EN EL MERCADO DE LA CIBERSEGURIDAD. POR UNA PARTE, SE PUBLICITARÁN INVITACIONES PÚBLICAS PARA REALIZAR COINVERSIONES ECONÓMICAS PARA LA INVESTIGACIÓN Y EL DESARROLLO DE TECNOLOGÍAS NECESARIAS EN EL MERCADO DE LA CIBERSEGURIDAD. Y POR OTRA, SE PUBLICITARÁN EVENTOS EN LOS QUE LAS EMPRESAS Y ENTIDADES PODRÁN ADHERIRSE COMO PATROCINADORES.

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: Provincial

Idioma: Castellano, catalán, gallego, euskera y valenciano

Evaluación: Postest

Población objetivo de la campaña: General, empresarios/as, estudiantes y personas trabajadoras

Medidas accesibilidad: Subtitulación

EMPRENDIMIENTO E INTERNACIONALIZACIÓN DE LA EMPRESA ESPAÑOLA

Objetivo y sentido: DIFUNDIR INICIATIVAS “ENTRE EMPRESAS Y ENTIDADES” PARA QUE SE ADHIERAN COMO COINVERSORES Y PATROCINADORES DE INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO DE TECNOLOGÍAS NECESARIAS EN EL MERCADO DE LA CIBERSEGURIDAD. POR UNA PARTE, SE PUBLICITARÁN INVITACIONES PÚBLICAS PARA REALIZAR COINVERSIONES ECONÓMICAS PARA LA INVESTIGACIÓN Y EL DESARROLLO DE TECNOLOGÍAS NECESARIAS EN EL MERCADO DE LA CIBERSEGURIDAD. Y POR OTRA, SE PUBLICITARÁN EVENTOS EN LOS QUE LAS EMPRESAS Y ENTIDADES PODRÁN ADHERIRSE COMO PATROCINADORES.

Ejecución: Plurianual

Periodo de ejecución: Del 1 de octubre de 2025 al 30 de septiembre de 2026

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: Provincial

Idioma: Castellano, catalán, gallego, euskera y valenciano

Evaluación: Postest

Población objetivo de la campaña: General, empresarios/as, estudiantes y personas trabajadoras

Medidas accesibilidad: Subtitulación