



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE LA PRESIDENCIA, JUSTICIA
Y RELACIONES CON LAS CORTES

Comisión de Publicidad y
Comunicación Institucional

PLAN 2026

de Publicidad y Comunicación Institucional



Índice

I.	Introducción	3
II.	Datos principales y distribución por ministerios	6
III.	Distribución por objetivos.....	8
IV.	Ranking de campañas	10
V.	Distribución de los medios de difusión.....	12
VI.	Difusión y población de las campañas.....	13
VII.	La Publicidad Institucional en los Presupuestos Generales del Estado	14
VIII.	Comparativa campañas institucionales Plan 2025-Plan 2026	16
IX.	Conclusiones	19
X.	Campañas comerciales no sujetas a la Ley 29/2005.....	20
	Anexos	22
	Anexo I: Campañas institucionales por ministerio y centro directivo/organismo	23
	Anexo II: Campañas institucionales por ministerio y coste	26
	Anexo III: Relación de campañas institucionales	31
	Presidencia, Justicia y Relaciones con las Cortes.....	31
	Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación.....	33
	Hacienda	34
	Interior	35
	Transportes y Movilidad Sostenible	35
	Educación, Formación Profesional y Deportes	37
	Trabajo y Economía Social.....	39
	Industria y Turismo	43
	Agricultura, Pesca y Alimentación	44
	Política Territorial y Memoria Democrática	47
	Transición Ecológica y el Reto Demográfico	48
	Vivienda y Agenda Urbana	56
	Cultura	57
	Economía, Comercio y Empresa	61
	Sanidad	61
	Derechos Sociales, Consumo y Agenda 2030	64
	Ciencia, Innovación y Universidades	66
	Igualdad.....	68
	Inclusión, Seguridad Social y Migraciones	70
	Transformación Digital y de la Función Pública.....	72
	Juventud e Infancia	74



Anexo IV: Relación de campañas comerciales	76
Presidencia, Justicia y Relaciones con las Cortes.....	76
Hacienda	76
Transportes y Movilidad Sostenible.....	81
Industria y Turismo	85
Agricultura, Pesca y Alimentación	87
Transición Ecológica y el Reto Demográfico	87
Cultura.....	88
Economía, Comercio y Empresa	89
Ciencia, Innovación y Universidades.....	90
Transformación Digital y de la Función Pública.....	91



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 (medios de difusión), 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 los medios de difusión a utilizar, de ahí que haya campañas en las que se especifican los medios y otras en las que quedan, todos o parte de los mismos, 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, el **artículo 5** de la Ley, modificado 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 subtulado, interpretación en lengua de signos y audiodescripción, y promoverán los formatos que aseguren la accesibilidad cognitiva.

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.

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

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

Las medidas de accesibilidad de las campañas de carácter institucional contarán con subtulado, interpretación en lengua de signos y audiodescripción y promoverán los formatos que aseguren la accesibilidad cognitiva



sobre las actuaciones públicas que deban difundirse por mandato legal. No obstante, este plan dedica un capítulo (X) 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 **decimonoveno Plan de Publicidad y Comunicación Institucional** desde la publicación de la Ley 29/2005. El primer plan se aprobó en el año 2007 y, desde entonces, se han ido aprobando los correspondientes planes anuales hasta la fecha, salvo en 2016, año en que no se aprobó el Plan de Publicidad y Comunicación Institucional, al estar el Gobierno en funciones.

El presente Plan recoge en cada campaña institucional cuya contratación se prevé realizar durante el año 2026, además de la información que exige el artículo 12 de la Ley (*Anexo III*), los datos relativos a la difusión prevista, idioma, evaluación y el capítulo presupuestario al que se imputará 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 2026 en materia de publicidad y comunicación institucional de todos los ministerios y de los organismos y entidades a ellos adscritos. Las campañas han sido comunicadas a la Comisión de Publicidad y Comunicación Institucional, por parte de todos los departamentos ministeriales, con una finalidad puramente informativa y planificadora, dado que 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 2026.

En un apartado final se recogen las campañas de carácter comercial, industrial o mercantil que se prevén llevar a cabo en el año 2026

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

El presente Plan es el decimonoveno desde que se promulgó la Ley



II. Datos principales y distribución por ministerios

La Administración General del Estado ha previsto para el año 2026 realizar un total de 124 campañas de publicidad institucional, con un coste de 155.601.788 euros.

Los ministerios que han planificado un número mayor de campañas (10 o más, ver cuadro 2.1) son Transición Ecológica y el Reto Demográfico con 24; Cultura con 12 y Trabajo y Economía Social con 11 campañas.

En cuanto al peso inversor de las campañas a realizar, destaca el Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico con una inversión prevista de un 11,02% sobre el total del Plan 2026.

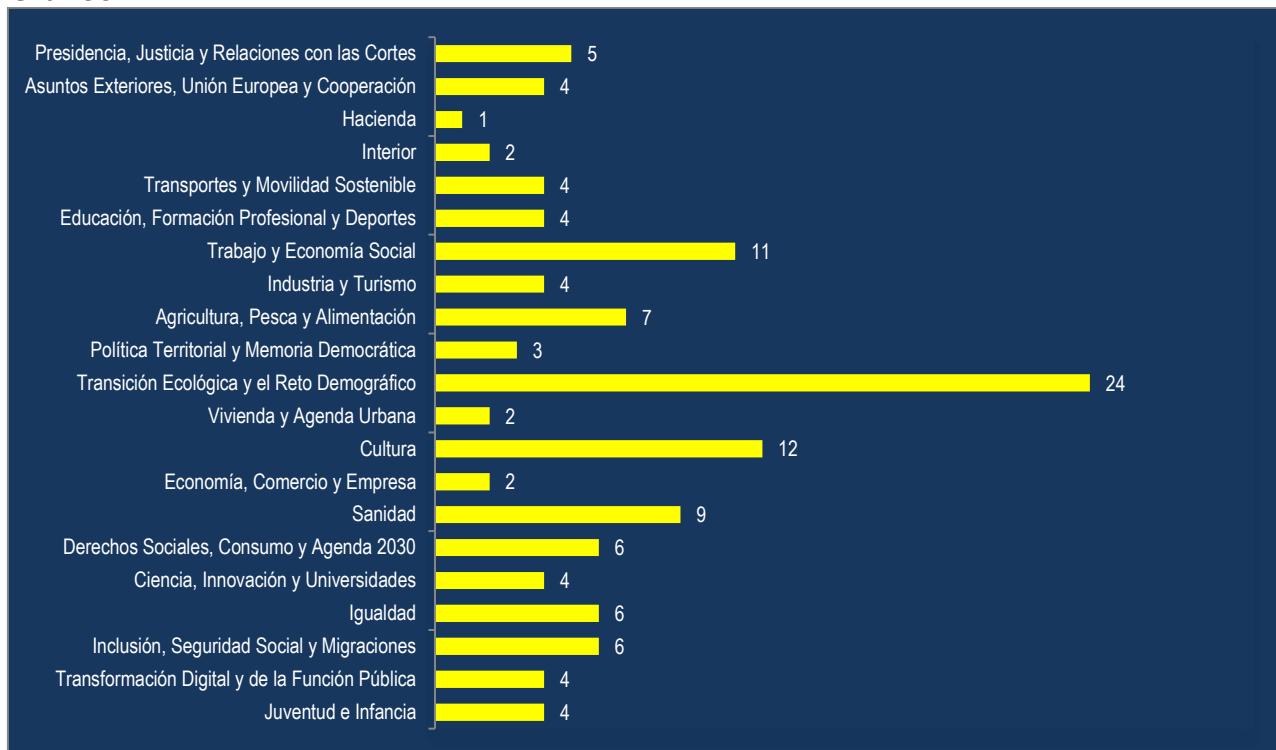
Para el año 2026 se ha planificado una inversión de 155,6 millones de euros en 124 campañas de publicidad institucional

Cuadro 2.1

Ministerio	Campañas Institucionales			
	Número	%	Presupuesto	%
Presidencia, Justicia y Relaciones con las Cortes	5	4,03%	4.400.755	2,83%
Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación	4	3,23%	56.000	0,04%
Hacienda	1	0,81%	9.000.000	5,78%
Interior	2	1,61%	10.242.400	6,58%
Transportes y Movilidad Sostenible	4	3,23%	2.585.368	1,66%
Educación, Formación Profesional y Deportes	4	3,23%	6.439.606	4,14%
Trabajo y Economía Social	11	8,87%	9.046.013	5,81%
Industria y Turismo	4	3,23%	11.498.960	7,39%
Agricultura, Pesca y Alimentación	7	5,65%	12.090.036	7,77%
Política Territorial y Memoria Democrática	3	2,42%	5.912.889	3,80%
Transición Ecológica y el Reto Demográfico	24	19,35%	17.147.843	11,02%
Vivienda y Agenda Urbana	2	1,61%	5.516.819	3,55%
Cultura	12	9,68%	8.256.500	5,31%
Economía, Comercio y Empresa	2	1,61%	4.000.000	2,57%
Sanidad	9	7,26%	4.935.387	3,17%
Derechos Sociales, Consumo y Agenda 2030	6	4,84%	5.624.879	3,61%
Ciencia, Innovación y Universidades	4	3,23%	15.600	0,01%
Igualdad	6	4,84%	14.218.525	9,14%
Inclusión, Seguridad Social y Migraciones	6	4,84%	7.660.000	4,92%
Transformación Digital y de la Función Pública	4	3,23%	10.571.410	6,79%
Juventud e Infancia	4	3,23%	6.382.799	4,10%
TOTAL	124	100,00%	155.601.788	100,00%

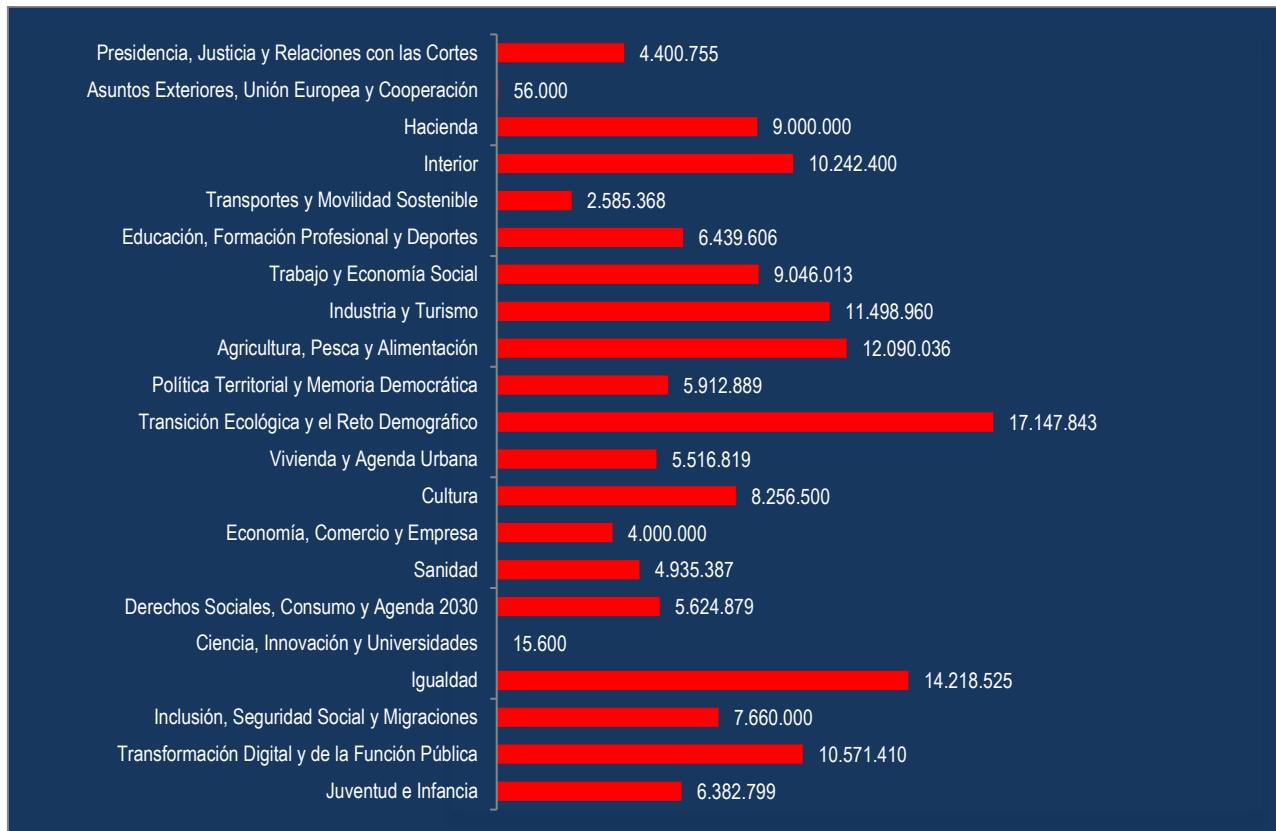
Número de campañas: 124

Gráfico 2.2



Presupuesto total: 155.601.788 euros

Gráfico 2.3





III. 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.

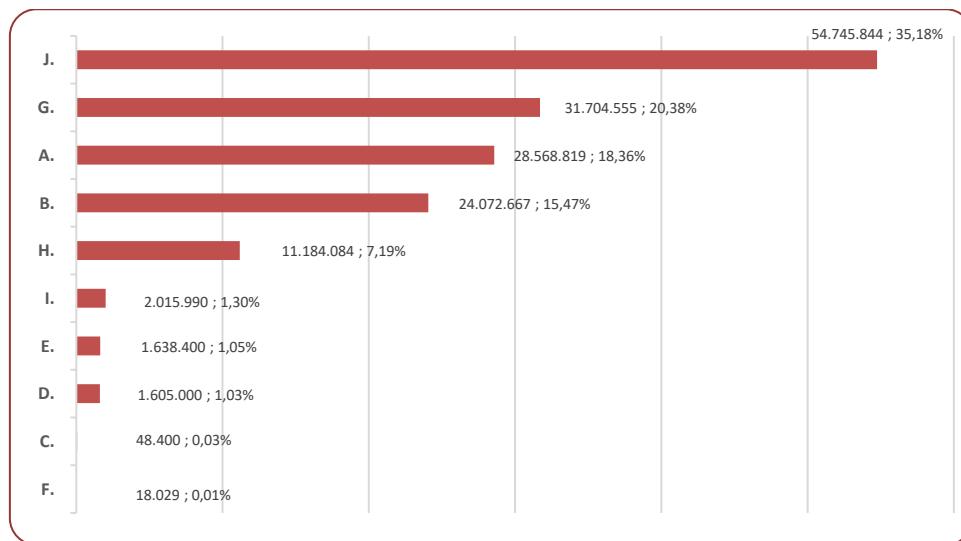
Distribución por objetivos: número de campañas

Cuadro 3.1

Objetivo	Número de Campañas	Porcentaje
A. Promover la difusión y conocimiento de los valores y principios constitucionales	14	11,29%
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	15	12,10%
C. Informar a los ciudadanos sobre la existencia de procesos electorales y consultas populares	1	0,81%
D. Difundir el contenido de aquellas disposiciones jurídicas que, por su novedad y repercusión social, requieran medidas complementarias para su conocimiento general	2	1,61%
E. Difundir ofertas de empleo público que por su importancia e interés así lo aconsejen	4	3,23%
F. Advertir de la adopción de medidas de orden o seguridad pública cuando afecten a una pluralidad de destinatarios	1	0,81%
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	30	24,19%
H. Apoyar a sectores económicos españoles en el exterior, promover la comercialización de productos españoles y atraer inversiones extranjeras	4	3,23%
I. Difundir las lenguas y el patrimonio histórico y natural de España	1	0,81%
J. Comunicar programas y actuaciones públicas de relevancia e interés social	52	41,94%
Total	124	100,00%

Distribución de los objetivos por presupuesto planificado

Gráfico 3.2



Durante el año 2026 el objetivo "J. Comunicar programas y actuaciones públicas de relevancia e interés social" será el más buscado en cuanto a número de campañas e inversión.

A continuación se sitúa el objetivo "G. Anunciar medidas preventivas de riesgos o que contribuyan a la eliminación de daños de cualquier naturaleza para la salud de las personas o el patrimonio natural"



Cuadro 3.3

MINISTERIO	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	TOTAL
Presidencia, Justicia y Relaciones con las Cortes	Nº camp. Invers.	1 810.000	1 2.350.000							3 1.240.755	5 4.400.755
Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación	Nº camp. Invers.		2 47.500		1 5.000		1 3.500				4 56.000
Hacienda	Nº camp. Invers.		1 9.000.000								1 9.000.000
Interior	Nº camp. Invers.		1 48.400				1 10.194.000				2 10.242.400
Transportes y Movilidad Sostenible	Nº camp. Invers.				1 48.400	1 18.029				2 2.518.939	4 2.585.368
Educación, Formación Profesional y Deportes	Nº camp. Invers.	1 3.694.606	1 5.000							2 2.740.000	4 6.439.606
Trabajo y Economía Social	Nº camp. Invers.		1 2.260.933				6 5.283.980			4 1.501.100	11 9.046.013
Industria y Turismo	Nº camp. Invers.							1 14.990		3 11.483.970	4 11.498.960
Agricultura, Pesca y Alimentación	Nº camp. Invers.		1 310.825					2 9.169.094	1 2.015.990	3 594.127	7 12.090.036
Política Territorial y Memoria Democrática	Nº camp. Invers.	1 1.997.889	1 500.000				1 3.415.000				3 5.912.889
Transición Ecológica y el Reto Demográfico	Nº camp. Invers.		2 1.000.000		1 85.000		10 5.993.500			11 10.069.343	24 17.147.843
Vivienda y Agenda Urbana	Nº camp. Invers.									2 5.516.819	2 5.516.819
Cultura	Nº camp. Invers.		1 100.000							11 8.156.500	12 8.256.500
Economía, Comercio y Empresa	Nº camp. Invers.							1 2.000.000		1 2.000.000	2 4.000.000
Sanidad	Nº camp. Invers.						8 4.012.397			1 922.990	9 4.935.387
Derechos Sociales, Consumo y Agenda 2030	Nº camp. Invers.		1 400.000				3 2.802.178			2 2.422.701	6 5.624.879
Ciencia, Innovación y Universidades	Nº camp. Invers.									4 15.600	4 15.600
Igualdad	Nº camp. Invers.	6 14.218.525									6 14.218.525
Inclusión, Seguridad Social y Migraciones	Nº camp. Invers.	1 1.465.000	2 3.090.000	2 1.605.000	1 1.500.000						6 7.660.000
Transformación Digital y de la Función Pública	Nº camp. Invers.		1 5.008.410							3 5.563.000	4 10.571.410
Juventud e Infancia	Nº camp. Invers.	4 6.382.799									4 6.382.799
Total	Nº camp. % invers. s/total	14 18,36%	15 15,47%	1 0,03%	2 1,03%	4 1,05%	1 0,01%	30 20,38%	4 7,19%	1 1,30%	52 35,18%
	Invers.	28.568.819	24.072.667	48.400	1.605.000	1.638.400	18.029	31.704.555	11.184.084	2.015.990	54.745.844
											155.601.788

IV. Ranking de campañas

En el año 2026 se prevé la contratación de 31 campañas con una inversión prevista superior a los dos millones de euros. La campaña con más inversión presupuestada es la campaña para la Divulgación de la Seguridad Vial de la Dirección General de Tráfico del Ministerio del Interior.

**31 campañas
cuentan con una
inversión igual o
superior a dos
millones de euros**

Cuadro 4.1

MINISTERIO	ORGANISMO/DIR. GENERAL	CAMPAÑA	COSTE PREVISTO
INTERIOR	JEFATURA CENTRAL DE TRÁFICO - DGT	CAMPAÑA PARA LA DIVULGACIÓN DE LA SEGURIDAD VIAL	10.194.000
HACIENDA	AGENCIA TRIBUTARIA	SENSIBILIZACIÓN FISCAL E INFORMACIÓN Y ASISTENCIA A LA CIUDADANÍA EN EL CUMPLIMIENTO DE SUS OBLIGACIONES FISCALES	9.000.000
AGRICULTURA, PESCA Y ALIMENTACIÓN	DIRECCIÓN GENERAL DE ALIMENTACIÓN	ORGULLO DE ALIMENTOS DE ESPAÑA	5.584.547
IGUALDAD	DELEGACIÓN DEL GOBIERNO CONTRA LA VIOLENCIA DE GÉNERO	CONCIENCIACIÓN SOCIAL CONTRA LAS DISTINTAS FORMAS DE VIOLENCIA CONTRA LAS MUJERES 2026	5.329.770
INDUSTRIA Y TURISMO	SECRETARÍA DE ESTADO DE INDUSTRIA	ORGULLO INDUSTRIAL	5.022.990
INDUSTRIA Y TURISMO	SECRETARÍA DE ESTADO DE TURISMO	TURISMO SOSTENIBLE	5.022.990
TRANSFORMACIÓN DIGITAL Y DE LA FUNCIÓN PÚBLICA	INSTITUTO NACIONAL DE CIBERSEGURIDAD DE ESPAÑA, S.A. (INCIBE)	CONCIENCIACIÓN EN CIBERSEGURIDAD Y TELÉFONO 017 PARA CIUDADANÍA	5.008.410
CULTURA	DIRECCIÓN GENERAL DE DERECHOS CULTURALES	PROMOCIÓN DEL BONO CULTURAL JOVEN 2026	4.700.000
TRANSICIÓN ECOLÓGICA Y EL RETO DEMOGRÁFICO	INSTITUTO PARA LA DIVERSIFICACIÓN Y AHORRO DE LA ENERGÍA (IDAE)	LA TRANSICIÓN ENERGÉTICA EN ESPAÑA	3.872.000
EDUCACIÓN, FORMACIÓN PROFESIONAL Y DEPORTES	GABINETE DE LA MINISTRA	EL PROFESORADO, EN EL CENTRO DE LA EDUCACIÓN	3.694.606
AGRICULTURA, PESCA Y ALIMENTACIÓN	DIRECCIÓN GENERAL DE ALIMENTACIÓN	SABOR A ALIMENTOS DE ESPAÑA	3.584.547
VIVIENDA Y AGENDA URBANA	SUBSECRETARÍA	PLAN DE ACCIONES DE COMUNICACIÓN SOBRE SERVICIOS DE INTERÉS PÚBLICO QUE INFLUEN EN LA CALIDAD DE VIDA DE LA CIUDADANÍA EN EL ÁMBITO DE VIVIENDA Y AGENDA URBANA	3.508.410
POLÍTICA TERRITORIAL Y MEMORIA DEMOCRÁTICA	COMISIONADO ESPECIAL PARA LA RECONSTRUCCIÓN Y REPARACIÓN DE LOS DAÑOS PROVOCADOS POR LA DANA	RECONSTRUYENDO JUNTOS: RESPUESTA Y RECUPERACIÓN FRENTA A LA DANA	3.415.000
CULTURA	DIRECCIÓN GENERAL DEL LIBRO, DEL CÓMIC Y DE LA LECTURA	FOMENTO DE LA LECTURA	3.300.000
TRABAJO Y ECONOMÍA SOCIAL	INSTITUTO NACIONAL DE SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO	PREVENCIÓN EN PYMES	3.007.990
JUVENTUD E INFANCIA	SECRETARÍA DE ESTADO DE JUVENTUD E INFANCIA	MEDIO AMBIENTE SANO Y DERECHOS DE LAS GENERACIONES FUTURAS	2.570.933
TRANSPORTES Y MOVILIDAD SOSTENIBLE	TRANSPORTES Y MOVILIDAD SOSTENIBLE	PLAN DE ACCIONES DE COMUNICACIÓN SOBRE SERVICIOS DE INTERÉS PÚBLICO QUE INFLUEN EN LA CALIDAD DE VIDA DE LA CIUDADANÍA EN EL ÁMBITO DEL TRANSPORTE Y LA MOVILIDAD	2.500.910
PRESIDENCIA, JUSTICIA Y RELACIONES CON LAS CORTES	SECRETARÍA DE ESTADO DE JUSTICIA - CENTRO DE ESTUDIOS JURÍDICOS	BECAS SERÉ PARA LA PREPARACIÓN DE OPOSICIONES PARA EL INGRESO EN LAS CARRERAS JUDICIAL, FISCAL, EN EL CUERPO DE LETRADOS DE LA ADMINISTRACIÓN DE JUSTICIA Y EN EL CUERPO DE ABOGADOS DEL ESTADO	2.350.000
IGUALDAD	SECRETARÍA DE ESTADO DE IGUALDAD Y PARA LA ERRADICACIÓN DE LA VIOLENCIA CONTRA LAS MUJERES	DÍA INTERNACIONAL DE LAS MUJERES	2.310.000
TRABAJO Y ECONOMÍA SOCIAL	SERVICIO PÚBLICO DE EMPLEO ESTATAL	DIFUSIÓN DE LA NUEVA AGENCIA ESPAÑOLA DE EMPLEO Y SUS ACTIVIDADES	2.260.933
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	2.208.250
TRANSFORMACIÓN DIGITAL Y DE LA FUNCIÓN PÚBLICA	RED.ES	DERECHOS DIGITALES	2.045.000
IGUALDAD	SECRETARÍA DE ESTADO DE IGUALDAD Y PARA LA ERRADICACIÓN DE LA VIOLENCIA CONTRA LAS MUJERES	CONTRA LA TRATA DE SERES HUMANOS Y POR LA ABOLICIÓN DE LA PROSTITUCIÓN.	2.020.000



MINISTERIO	ORGANISMO/DIR. GENERAL	CAMPAÑA	COSTE PREVISTO
IGUALDAD	SECRETARÍA DE ESTADO DE IGUALDAD Y PARA LA ERRADICACIÓN DE LA VIOLENCIA CONTRA LAS MUJERES	MASCULINIDADES CORRESPONSABLES	2.020.000
AGRICULTURA, PESCA Y ALIMENTACIÓN	DIRECCIÓN GENERAL DE DESARROLLO RURAL, INNOVACIÓN Y FORMACIÓN AGROALIMENTARIA	CAMINOS NATURALES "ELIGE TU CAMINO"	2.015.990
VIVIENDA Y AGENDA URBANA	CASA 47 ENTIDAD PÚBLICA EMPRESARIAL	ACCIONES DE COMUNICACIÓN EN MATERIA DE VIVIENDA	2.008.410
TRABAJO Y ECONOMÍA SOCIAL	INSTITUTO NACIONAL DE SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO	30 AÑOS DE LA LEY DE PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES	2.007.990
DERECHOS SOCIALES, CONSUMO Y AGENDA 2030	DIRECCIÓN GENERAL DE ORDENACIÓN DEL JUEGO	CAMPAÑA POR UN JUEGO SEGURO	2.002.178
TRANSFORMACIÓN DIGITAL Y DE LA FUNCIÓN PÚBLICA	SUBSECRETARÍA PARA LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL Y DE LA FUNCIÓN PÚBLICA	CONOCE LOS SERVICIOS DIGITALES DE LA ADMINISTRACIÓN PÚBLICA	2.000.000
ECONOMÍA, COMERCIO Y EMPRESA	SUBSECRETARÍA DE ECONOMÍA, COMERCIO Y EMPRESA	APOYO A LAS EMPRESAS ESPAÑOLAS EN EL CONTEXTO ECONÓMICO Y COMERCIAL INTERNACIONAL	2.000.000
ECONOMÍA, COMERCIO Y EMPRESA	SUBSECRETARÍA DE ECONOMÍA, COMERCIO Y EMPRESA	VISIBILIZACIÓN DEL PLAN DE RECUPERACIÓN, TRANSFORMACIÓN Y RESILIENCIA (PRTR)	2.000.000



V. Distribución de los medios de difusión

El **medio digital** (prensa online, plataformas de TV conectada, plataformas de video y audio online streaming, redes sociales y redes de distribución en sites especializados afines al target de las campañas) **será el utilizado con más frecuencia** en las campañas planificadas para 2026.

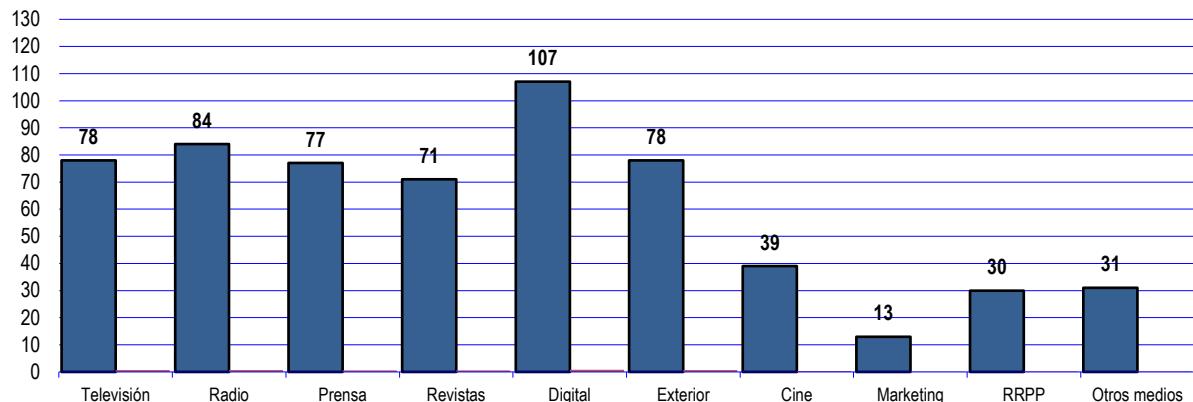
En segundo lugar le sigue radio y en tercer lugar televisión y exterior (pantallas digitales convencionales y de gran formato, vallas, mupis, mobiliario urbano, lonas, en intercambiadores, estaciones de AVE y cercanías, centros comerciales, etc.)

El 25% de las campañas o iniciativas de comunicación utilizará otros medios como portal y redes sociales propias, de organismos colaboradores, branded content, y notas de prensa.

El medio digital será el utilizado con más frecuencia en las campañas planificadas para 2026

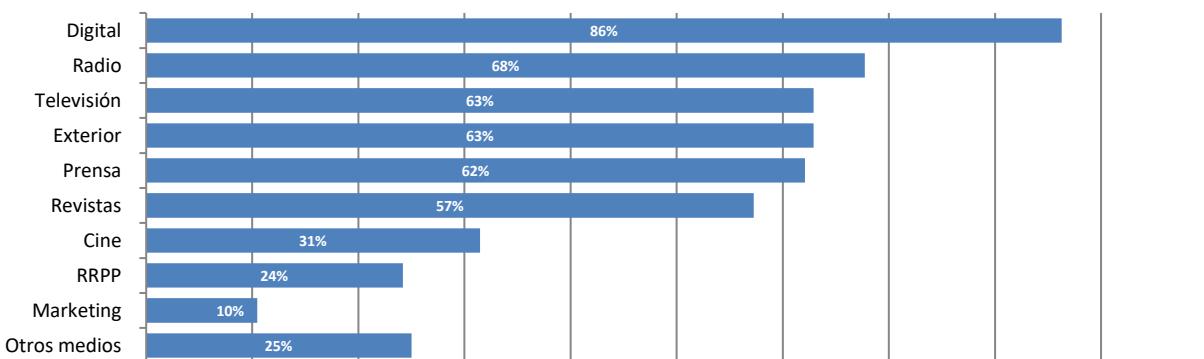
Distribución de los medios de difusión según el número de campañas en las que serán empleados.

Gráfico 5.1



Porcentaje de los medios a utilizar por las campañas.

Gráfico 5.2



VI. Difusión y población de las campañas

Difusión territorial de las campañas institucionales de publicidad

Gráfico 6.1



La difusión de las campañas de publicidad institucional en el año 2026 será mayoritariamente de ámbito nacional

Población a la que se dirigirá la publicidad institucional

Gráfico 6.2



Las campañas institucionales se dirigirán mayoritariamente a la población general

* Cada campaña puede dirigirse a uno o más ámbitos poblacionales

En el gráfico 6.2 se muestra la población a la que irán dirigidas las 124 campañas institucionales. Treinta y tres de ellas irán destinadas a otra población: agricultores/as; ganaderos/as; propietarios/as forestales; población de pequeños municipios; de zonas de transición justa; personal docente; personal sanitario; operadores culturales y creativos/as españoles; profesionales del cine; personas desempleadas; personas LGTBI; personas que sufren discriminación; población interesada en el turismo rural así como ciudadanía y empresas afectadas por los daños provocados por la DANA, entre otros.



VII. La Publicidad Institucional en los Presupuestos Generales del Estado

La inversión publicitaria de la Administración General del Estado en el año 2026 se imputará a los Capítulos 2 y 6 de los Presupuestos Generales del Estado. En consecuencia, los ministerios y sus organismos y entidades adscritas imputarán a uno u otro capítulo sus campañas de publicidad institucional, salvo las entidades públicas empresariales cuyo presupuesto no se ajusta a la clasificación económica de los Presupuestos Generales del Estado.

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

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

En el cuadro siguiente (cuadro 7.1 pág. 15) se proporcionan los datos referidos anteriormente atendiendo al Capítulo al que se imputarán los gastos.

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



Imputación presupuestaria de la inversión planificada

Cuadro 7.1

Ministerio ⁽¹⁾	Capítulo 2	Capítulo 6	EPE ⁽²⁾	TOTAL
Presidencia, Justicia y Relaciones con las Cortes	4.400.755			4.400.755
Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación	56.000			56.000
Hacienda	9.000.000			9.000.000
Interior	48.400	10.194.000		10.242.400
Transportes y Movilidad Sostenible		2.500.910	84.458	2.585.368
Educación, Formación Profesional y Deportes	6.439.606			6.439.606
Trabajo y Economía Social	3.762.033	5.283.980		9.046.013
Industria y Turismo	10.045.980	1.452.980		11.498.960
Agricultura, Pesca y Alimentación	676.825	11.413.211		12.090.036
Política Territorial y Memoria Democrática	5.912.889			5.912.889
Transición Ecológica y el Reto Demográfico	2.392.659	7.992.138	6.763.046	17.147.843
Vivienda y Agenda Urbana		3.508.410	2.008.410	5.516.819
Cultura	7.944.500	312.000		8.256.500
Economía, Comercio y Empresa	4.000.000			4.000.000
Sanidad	4.935.387			4.935.387
Derechos Sociales, Consumo y Agenda 2030	5.324.879	300.000		5.624.879
Ciencia, Innovación y Universidades	15.600			15.600
Igualdad		14.218.525		14.218.525
Inclusión, Seguridad Social y Migraciones	7.660.000			7.660.000
Transformación Digital y de la Función Pública	2.000.000		8.571.410	10.571.410
Juventud e Infancia		6.382.799		6.382.799
TOTAL	74.615.513	63.558.952	17.427.323	155.601.788

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

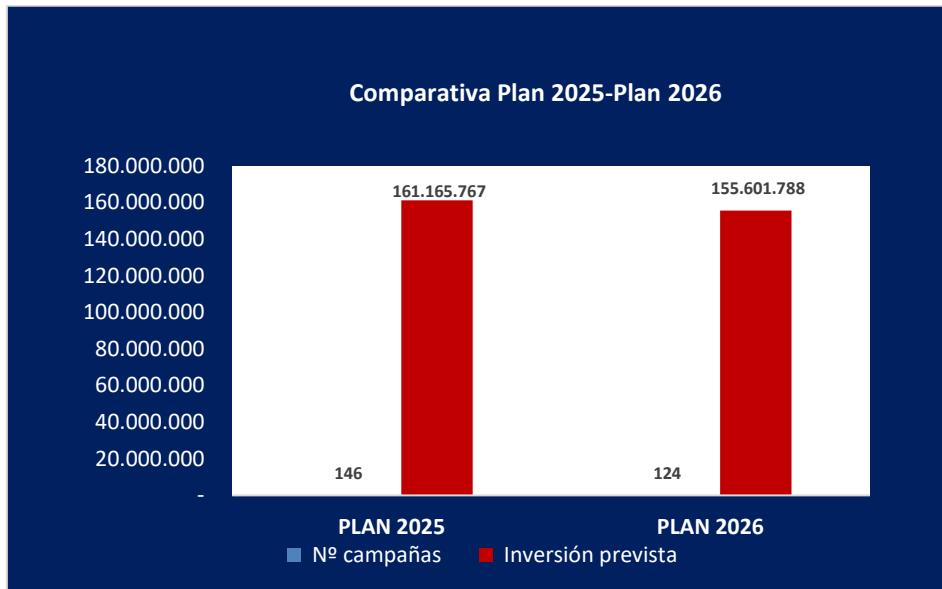
(2) Las Entidades Públicas Empresariales no ajustan sus presupuestos a la clasificación económica de los Presupuestos Generales del Estado

VIII. Comparativa campañas institucionales Plan 2025-Plan 2026

La **inversión total prevista** en materia de publicidad y comunicación institucional para 2026 es de **155,6 millones de euros**; 5,56 millones de euros menos que la inversión que se planificó en 2025, lo que supone una **disminución de un 3,45%**.

Por lo que respecta al número de campañas, se prevé la contratación durante el año 2026 de un total de 124 campañas institucionales, 22 campañas menos que las previstas en el Plan anterior, un 15,07% menos.

Gráfico 8.1



La inversión prevista en publicidad y comunicación institucional disminuye en un 3,45% respecto al último Plan publicado en 2025

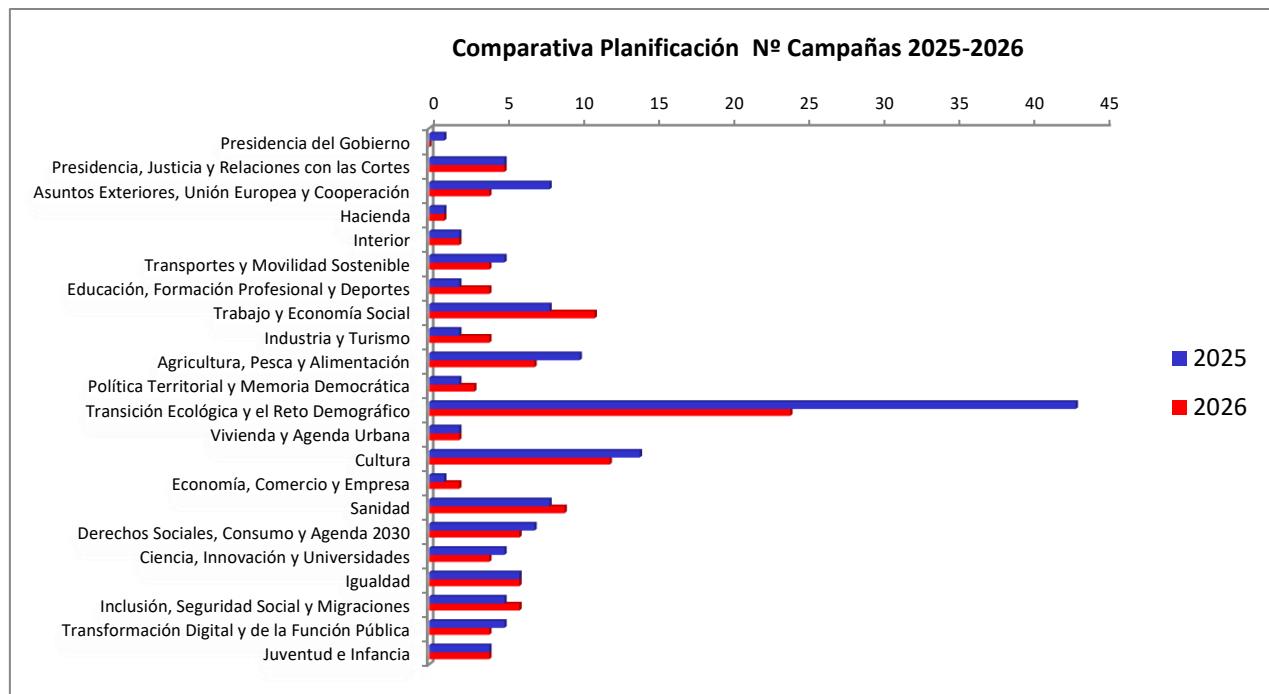
% DIFERENCIA CAMPAÑAS PLAN 2025-2026	
% Número de campañas	-15,07%
% Inversión prevista	-3,45%

A continuación se analizan las diferencias entre la planificación de 2025 y la de 2026 por cada Departamento ministerial.

En cuanto a inversión planificada para 2026 destaca con 17,14 millones de euros el Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico. En 2025 fue Agricultura, Pesca y Alimentación el ministerio que planificó la mayor inversión en publicidad institucional (20,28 millones de euros).

Comparativa Plan 2025-Plan 2026 - Número de campañas por ministerio

Gráfico 8.2



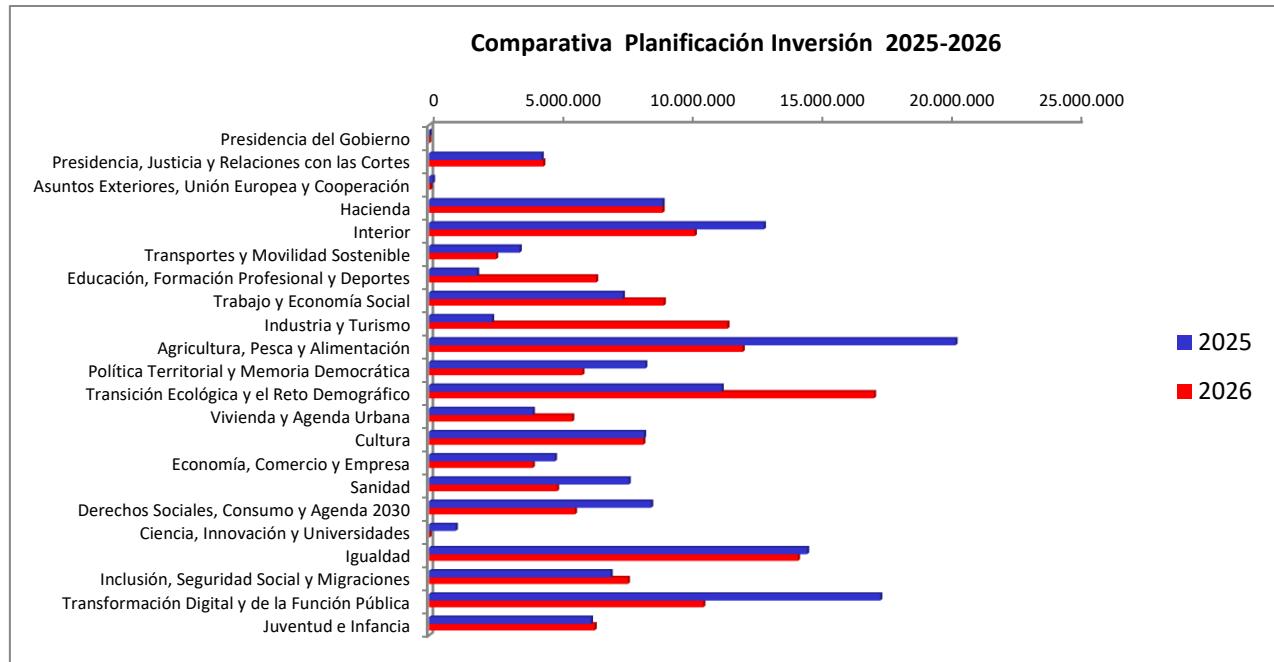
Cuadro 8.3

Ministerio	Número de campañas		
	2025	2026	Variación 2025-2026
Presidencia del Gobierno	1	0	-1
Presidencia, Justicia y Relaciones con las Cortes	5	5	0
Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación	8	4	-4
Hacienda	1	1	0
Interior	2	2	0
Transportes y Movilidad Sostenible	5	4	-1
Educación, Formación Profesional y Deportes	2	4	2
Trabajo y Economía Social	8	11	3
Industria y Turismo	2	4	2
Agricultura, Pesca y Alimentación	10	7	-3
Política Territorial y Memoria Democrática	2	3	1
Transición Ecológica y el Reto Demográfico	43	24	-19
Vivienda y Agenda Urbana	2	2	0
Cultura	14	12	-2
Economía, Comercio y Empresa	1	2	1
Sanidad	8	9	1
Derechos Sociales, Consumo y Agenda 2030	7	6	-1
Ciencia, Innovación y Universidades	5	4	-1
Igualdad	6	6	0
Inclusión, Seguridad Social y Migraciones	5	6	1
Transformación Digital y de la Función Pública	5	4	-1
Juventud e Infancia	4	4	0
TOTAL	146	124	-22



Comparativa Plan 2025-Plan 2026 - Presupuesto por ministerio

Gráfico 8.4



Cuadro 8.5

Ministerio	Presupuesto		
	2025	2026	Variación 2025-2026
Presidencia del Gobierno	15.000	0	-15.000
Presidencia, Justicia y Relaciones con las Cortes	4.342.000	4.400.755	58.755
Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación	151.030	56.000	-95.030
Hacienda	9.000.000	9.000.000	0
Interior	12.904.000	10.242.400	-2.661.600
Transportes y Movilidad Sostenible	3.494.458	2.585.368	-909.091
Educación, Formación Profesional y Deportes	1.850.000	6.439.606	4.589.606
Trabajo y Economía Social	7.468.000	9.046.013	1.578.013
Industria y Turismo	2.430.000	11.498.960	9.068.960
Agricultura, Pesca y Alimentación	20.282.889	12.090.036	-8.192.853
Política Territorial y Memoria Democrática	8.335.000	5.912.889	-2.422.111
Transición Ecológica y el Reto Demográfico	11.276.506	17.147.843	5.871.337
Vivienda y Agenda Urbana	4.000.000	5.516.819	1.516.819
Cultura	8.285.888	8.256.500	-29.388
Economía, Comercio y Empresa	4.850.000	4.000.000	-850.000
Sanidad	7.696.000	4.935.387	-2.760.613
Derechos Sociales, Consumo y Agenda 2030	8.558.345	5.624.879	-2.933.466
Ciencia, Innovación y Universidades	1.027.500	15.600	-1.011.900
Igualdad	14.570.000	14.218.525	-351.475
Inclusión, Seguridad Social y Migraciones	7.000.000	7.660.000	660.000
Transformación Digital y de la Función Pública	17.389.151	10.571.410	-6.817.742
Juventud e Infancia	6.240.000	6.382.799	142.799
TOTAL	161.165.767	155.601.788	-5.563.979



IX. Conclusiones

La Administración General del Estado ha planificado 124 **campañas de publicidad y comunicación institucional** a realizar durante el año 2026, **con un presupuesto de 155,60 millones de euros**. Este coste representa un 3,45% menos de lo previsto en el Plan de Publicidad y Comunicación Institucional para el año 2025 (161,16 millones de euros en 146 campañas).

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 (Capítulo X). En 2026 se llevarán a cabo **49 campañas de carácter comercial**, con una inversión total prevista de **115,07 millones de euros**, aumentando la inversión planificada en 5,49 millones de euros más con respecto al año anterior (+5,02 %).

La inversión publicitaria total prevista (campañas institucionales más comerciales) de la Administración General del Estado será de **270,67 millones de euros**. Disminuye un 0,03% en 2026 con respecto a lo planificado en 2025 (270,74 millones de euros).

Entre los objetivos que deben tener las campañas institucionales, recogidos en el artículo 3.1 de la Ley 29/2005, en el año 2026 destaca en cuanto a número de campañas e inversión el objetivo "*J. Comunicar programas y actuaciones públicas de relevancia e interés social*" con un 35,18% de la inversión prevista, seguido del objetivo G "*anunciar medidas preventivas de riesgos o que contribuyan a la eliminación de daños de cualquier naturaleza para la salud de las personas o el patrimonio natural*" con un 20,38%.

De las campañas planificadas para 2026, **treinta y una están previstas con una inversión superior a los dos millones de euros**. Ocupa el primer puesto la campaña para la **Divulgación de la Seguridad Vial** de la Dirección General de Tráfico del Ministerio del Interior. Le siguen las campañas dedicadas a: sensibilizar hacia el cumplimiento de las obligaciones fiscales, la promoción de los alimentos de España, la campaña de sensibilización en el ámbito de la violencia contra las mujeres, la promoción de la industria y del turismo sostenible, la concienciación en ciberseguridad, la promoción del bono cultural joven, la transición energética en España, etc.

En cuanto a la distribución de medios de comunicación, el medio **digital** (prensa online y redes de distribución en sites especializados afines al target de las campañas) será el utilizado con más frecuencia en las campañas planificadas para 2026.

En segundo lugar será la radio y en tercer lugar los medios televisión y exterior (pantallas digitales convencionales y de gran formato, vallas, mupis, mobiliario urbano, lonas, en intercambiadores, estaciones de AVE y cercanías, centros comerciales, etc.)

La AGE prevé llevar a cabo 124 campañas institucionales en el año 2026 por importe de 155,60 millones de euros

La mayor parte de la inversión está orientada hacia los objetivos "J" y "G del artículo 3.1 de la Ley 29/2005

Digital vuelve a posicionarse como el medio de difusión más planificado en las campañas, seguido de radio

En un tercer lugar se sitúan los medios televisión y exterior



X. 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 2026 se llevarán a cabo **49 campañas de carácter comercial**, con una inversión total prevista de **115,07 millones de euros**, aumentando la inversión planificada en 5,49 millones de euros más con respecto al año anterior (+5,02%), cuya inversión se planificó en 109,57 millones de euros.

En 2026 se prevén llevar a cabo 49 campañas comerciales con un presupuesto de 115,07 millones de euros

Cuadro 10.1

MINISTERIO	CENTRO DIRECTIVO/ORGANISMO	TÍTULO CAMPAÑA	COSTE
PRESIDENCIA, JUSTICIA Y RELACIONES CON LAS CORTES	BOLETÍN OFICIAL DEL ESTADO	PRODUCTOS Y SERVICIOS DE LA AGENCIA ESTATAL BOLETÍN OFICIAL DEL ESTADO	20.000
	PATRIMONIO NACIONAL	DIFUSIÓN DE NUEVAS APERTURAS Y PROGRAMACIÓN CULTURAL	600.000
TOTAL PRESIDENCIA, JUSTICIA Y RELACIONES CON LAS CORTES			620.000
HACIENDA	COMPANY ESPAÑOLA DE TABACO EN RAMA, S.A. (CETARSA - SEPI)	PROMOCIÓN DE LA ACTIVIDAD EMPRESARIAL DE CETARSA	48.400
	CORPORACIÓN RTVE (SEPI)	DIVULGACIÓN DE VALORES DE RTVE Y PROMOCIÓN DE MARCAS, PRODUCTOS Y PROGRAMAS DE LA CORPORACIÓN RTVE.	3.957.217
	ENSA EQUIPOS NUCLEARES, S.A. (SEPI)	IMPULSO A LA IMAGEN CORPORATIVA DE ENSA	25.000
	ENUSA INDUSTRIAS AVANZADAS, S.A. (SEPI)	PROMOCIÓN DE LA ACTIVIDAD EMPRESARIAL DE ENUSA Y DE LOS VALORES SOCIALES QUE LA DEFINEN	90.000
	FÁBRICA NACIONAL DE MONEDA Y TIMBRE-REAL CASA DE LA MONEDA	MONEDAS DE COLECCIÓN AÑO 2026	1.028.500
		ETIQUETAS	1.960
	FUNDACIÓN SEPI	DIFUSIÓN DE LAS ACTIVIDADES Y SERVICIOS DE LA FUNDACIÓN SEPI.	54.000
	GRUPO HUNOSA (SEPI)	PROMOCIÓN DE LA ACTIVIDAD EMPRESARIAL DEL GRUPO HUNOSA	95.000
	HIPÓDROMO DE LA ZARZUELA (SEPI)	HIPÓDROMO DE LA ZARZUELA (HZ), EL HOGAR DEL PURA SANGRE	200.000
	MINAS DE ALMADÉN Y ARRAYANES, S.A. (MAYASA - SEPI)	PARQUE MINERO DE ALMADÉN	17.528
	NAVANTIA (SEPI)	PROMOCIÓN DE LA ACTIVIDAD EMPRESARIAL NAVANTIA	428.474
	SOCIEDAD ESTATAL CORREOS Y TELÉGRAFOS, S.A. (SEPI)	CAMPAÑAS DE MARKETING Y PUBLICIDAD DE APOYO A LAS ÁREAS DE NEGOCIO	5.250.000
	SOCIEDAD ESTATAL DE LOTERÍAS Y APUESTAS DEL ESTADO, S.A. (GRUPO PATRIMONIO)	ACCIONES DE COMUNICACIÓN Y POSICIONAMIENTO DE MARCA	1.855.000
	TRAGSA (SEPI)	ACUERDOS DE COLABORACIÓN Y PATROCINIOS PUBLICITARIOS	1.095.000
		JUEGOS ACTIVOS Y PASIVOS (EUROMILLONES, EURODREAMS, LA PRIMITIVA, LOTOS, APUESTAS DEPORTIVAS, LOTERÍA NACIONAL, SORTEOS DE NAVIDAD Y EL NIÑO)	38.745.264
TOTAL HACIENDA			52.998.468



MINISTERIO	CENTRO DIRECTIVO/ORGANISMO	TITULO CAMPAÑA	COSTE
TRANSPORTES Y MOVILIDAD SOSTENIBLE	AENA SME, S.A.	POSICIONAMIENTO DE MARCA	13.310.000
		NEGOCIOS COMERCIALES DE AENA	3.349.000
	CENTRO NACIONAL DE INFORMACIÓN GEOGRÁFICA (CNIG)	DIFUSIÓN DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS DEL IGN Y CNIG	19.000
	ENAIRE	POSICIONAMIENTO DE MARCA	133.100
	INGENIERÍA Y ECONOMÍA DEL TRANSPORTE, S.A. (INECO)	INGENIERÍA Y CONSULTORÍA PARA TRANSFORMACIONES REALES	45.000
	PUERTOS DEL ESTADO	POSICIONAMIENTO DE PUERTOS DEL ESTADO Y LOS PUERTOS ESPAÑOLES DE TITULARIDAD ESTATAL	200.000
		NUEVA POLÍTICA COMERCIAL Y TARIFAS	5.000.000
	RENFE OPERADORA	PROGRAMA DE FIDELIZACIÓN Y SISTEMA DE PUNTOS	5.000.000
		NUEVOS PRODUCTOS Y SERVICIOS RENFE	3.000.000
		PLANES ALTERNATIVOS DE TRANSPORTE	2.000.000
TOTAL TRANSPORTES Y MOVILIDAD SOSTENIBLE			32.056.100
INDUSTRIA Y TURISMO	EMPRESA NACIONAL DE INNOVACIÓN, S.A. (ENISA - GRUPO PATRIMONIO)	FINANCIACIÓN ENISA	500.000
		CAPTACIÓN PROGRAMAS GENERACIÓN D (SEDIA) - PRTR	1.090.000
	ESCUELA DE ORGANIZACIÓN INDUSTRIAL (EOI)	PLAN COMERCIALIZACIÓN PROGRAMAS EN ABIERTO DE EOI EN 2026	726.000
		CAPTACIÓN DE BENEFICIARIOS - PROGRAMAS FSE+	270.000
		DIFUSIÓN PROGRAMAS ACTIVA PRTR	121.000
	INSTITUTO DE TURISMO DE ESPAÑA (TURESPAÑA)	CAMPAÑA INTERNACIONAL DE TURESPAÑA 2026	11.000.000
	PARADORES DE TURISMO DE ESPAÑA (GRUPO PATRIMONIO)	PARA TODOS	4.948.900
TOTAL INDUSTRIA Y TURISMO			18.655.900
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	14.310
TOTAL AGRICULTURA, PESCA Y ALIMENTACIÓN			14.310
TRANSICIÓN ECOLÓGICA Y EL RETO DEMOGRÁFICO	FUNDACIÓN CIUDAD DE LA ENERGÍA - CIUDEN, F.S.P.	DINAMIZ-ARTJ, PROGRAMA CULTURAL EN ZONAS DE TRANSICIÓN JUSTA	327.500
		ACTIVIDAD DE CIUDEN (20 ANIVERSARIO)	204.000
		ACTIVIDAD CULTURAL EN INSTALACIONES DE CIUDEN	170.000
TOTAL TRANSICIÓN ECOLÓGICA Y EL RETO DEMOGRÁFICO			701.500
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	PRESENTACIÓN DE LA NUEVA COLECCIÓN Y DE LAS DIFERENTES EXPOSICIONES TEMPORALES DEL MUSEO.	100.000
	MUSEO NACIONAL DEL PRADO	DIFUSIÓN DE EXPOSICIONES Y ACTIVIDADES DEL MUSEO NACIONAL DEL PRADO	650.000
TOTAL CULTURA			2.395.000
ECONOMÍA, COMERCIO Y EMPRESA	CESCE (GRUPO PATRIMONIO)	PRODUCTOS CESCE POR CUENTA DEL ESTADO	199.650
	INSTITUTO DE CRÉDITO OFICIAL (ICO)	PRODUCTOS FINANCIACIÓN ICO	3.960.500
		EMISIONES BONOS SOSTENIBLES ICO	300.000
TOTAL ECONOMÍA, COMERCIO Y EMPRESA			4.460.150
CIENCIA, INNOVACIÓN Y UNIVERSIDADES	CENTRO PARA EL DESARROLLO TECNOLÓGICO Y LA INNOVACIÓN, E.P.E (CDTI)	AYUDAS PÚBLICAS DE APOYO A LA I+D EMPRESARIAL Y LA INNOVACIÓN	550.000
	UNIVERSIDAD INTERNACIONAL MENÉNDEZ-PELAYO (UIMP)	DIFUSIÓN DE LAS ACTIVIDADES ACADÉMICAS QUE PROGRAMA LA UNIVERSIDAD INTERNACIONAL MENÉNDEZ PELAYO ...	113.934
	UNIVERSIDAD NACIONAL DE EDUCACIÓN A DISTANCIA (UNED)	OFERTA FORMATIVA DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE EDUCACIÓN A DISTANCIA	242.000
TOTAL CIENCIA, INNOVACIÓN Y UNIVERSIDADES			905.934
TRANSFORMACIÓN DIGITAL Y DE LA FUNCIÓN PÚBLICA	INSTITUTO NACIONAL DE CIBERSEGURIDAD DE ESPAÑA, S.A. (INCIBE)	EMPRENDIMIENTO E INTERNACIONALIZACIÓN DE LA EMPRESA ESPAÑOLA	2.262.700
TOTAL TRANSFORMACIÓN DIGITAL Y DE LA FUNCIÓN PÚBLICA			2.262.700
TOTAL			115.070.062



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE LA PRESIDENCIA, JUSTICIA
Y RELACIONES CON LAS CORTES

CPCI

Anexos

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

MINISTERIO	CENTRO DIRECTIVO/ORGANISMO	Nº CAMPAÑAS	COSTE
PRESIDENCIA, JUSTICIA Y RELACIONES CON LAS CORTES	SECRETARÍA DE ESTADO DE JUSTICIA	1	1.190.755
	CENTRO DE ESTUDIOS JURÍDICOS	1	2.350.000
	SECRETARÍA DE ESTADO DE RELACIONES CON LAS CORTES Y ASUNTOS CONSTITUCIONALES	2	850.000
	CENTRO DE INVESTIGACIONES SOCIOLOGÍCAS (CIS)	1	10.000
TOTAL PRESIDENCIA, JUSTICIA Y RELACIONES CON LAS CORTES		5	4.400.755
ASUNTOS EXTERIORES, UNIÓN EUROPEA Y COOPERACIÓN	DIRECCIÓN GENERAL DE COMUNICACIÓN, DIPLOMACIA PÚBLICA Y REDES	4	56.000
TOTAL ASUNTOS EXTERIORES, UNIÓN EUROPEA Y COOPERACIÓN		4	56.000
MINISTERIO DE HACIENDA	AGENCIA TRIBUTARIA	1	9.000.000
TOTAL HACIENDA		1	9.000.000
MINISTERIO DEL INTERIOR	D.G. DE POLÍTICA INTERIOR	1	48.400
	JEFATURA CENTRAL DE TRÁFICO - DGT	1	10.194.000
TOTAL INTERIOR		2	10.242.400
TRANSPORTES Y MOVILIDAD SOSTENIBLE	TRANSPORTES Y MOVILIDAD SOSTENIBLE	1	2.500.910
	ENAIRE	1	48.400
	SOCIEDAD DE SALVAMENTO Y SEGURIDAD MARÍTIMA (SASEMAR)	2	36.058
TOTAL TRANSPORTES Y MOVILIDAD SOSTENIBLE		4	2.585.368
EDUCACIÓN, FORMACIÓN PROFESIONAL Y DEPORTES	GABINETE DE LA MINISTRA	1	3.694.606
	SECRETARÍA GENERAL DE FORMACIÓN PROFESIONAL	1	1.220.000
	DIRECCIÓN GENERAL DE EVALUACIÓN Y COOPERACIÓN TERRITORIAL	1	1.520.000
	DIRECCIÓN GENERAL DE PLANIFICACIÓN Y GESTIÓN EDUCATIVA. UNIDAD DE ACCIÓN EDUCATIVA EXTERIOR	1	5.000
TOTAL EDUCACIÓN, FORMACIÓN PROFESIONAL Y DEPORTES		4	6.439.606
TRABAJO Y ECONOMÍA SOCIAL	GABINETE DE LA MINISTRA	3	1.500.000
	UNIDAD ADMINISTRADORA DEL FONDO SOCIAL EUROPEO	1	1.100
	INSTITUTO NACIONAL DE SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO	6	5.283.980
	SERVICIO PÚBLICO DE EMPLEO ESTATAL	1	2.260.933
TOTAL TRABAJO Y ECONOMÍA SOCIAL		11	9.046.013
INDUSTRIA Y TURISMO	SECRETARÍA DE ESTADO DE TURISMO	1	5.022.990
	SECRETARÍA DE ESTADO DE INDUSTRIA	1	5.022.990
	OFICINA ESPAÑOLA DE PATENTES Y MARCAS (OEPM)	1	1.437.990
	INSTITUTO DE TURISMO DE ESPAÑA (TURESPAÑA)	1	14.990
TOTAL INDUSTRIA Y TURISMO		4	11.498.960
AGRICULTURA, PESCA Y ALIMENTACIÓN	SUBSECRETARÍA DE AGRICULTURA, PESCA Y ALIMENTACIÓN	1	26.750
	DIRECCIÓN GENERAL DE ALIMENTACIÓN	2	9.169.094
	DIRECCIÓN GENERAL DE DESARROLLO RURAL, INNOVACIÓN Y FORMACIÓN AGROALIMENTARIA	2	2.217.367
	ENTIDAD ESTATAL DE SEGUROS AGRARIOS (ENESA)	1	366.000
	FONDO ESPAÑOL DE GARANTÍA AGRARIA (FEGA)	1	310.825
TOTAL AGRICULTURA, PESCA Y ALIMENTACIÓN		7	12.090.036



MINISTERIO	CENTRO DIRECTIVO/ORGANISMO	Nº CAMPAÑAS	COSTE
POLÍTICA TERRITORIAL Y MEMORIA DEMOCRÁTICA	SECRETARÍA DE ESTADO DE MEMORIA DEMOCRÁTICA	1	1.997.889
	DIRECCIÓN GENERAL DE LA ADMINISTRACIÓN GENERAL DEL ESTADO EN EL TERRITORIO	1	500.000
	COMISIONADO ESPECIAL PARA LA RECONSTRUCCIÓN Y REPARACIÓN DE LOS DAÑOS PROVOCADOS POR LA DANA	1	3.415.000
TOTAL POLÍTICA TERRITORIAL Y MEMORIA DEMOCRÁTICA		3	5.912.889
TRANSICIÓN ECOLÓGICA Y EL RETO DEMOGRÁFICO	SUBSECRETARÍA PARA LA TRANSICIÓN ECOLÓGICA Y EL RETO DEMOGRÁFICO	2	1.345.000
	DIRECCIÓN GENERAL DE SERVICIOS	1	85.000
	SECRETARÍA DE ESTADO DE ENERGÍA	1	1.010.000
	INSTITUTO PARA LA DIVERSIFICACIÓN Y AHORRO DE LA ENERGÍA (IDAE)	2	6.080.250
	INSTITUTO PARA LA TRANSICIÓN JUSTA	1	350.000
	DIRECCIÓN GENERAL DEL AGUA	1	650.000
	CONFEDERACIÓN HIDROGRÁFICA DEL CANTÁBRICO	1	47.955
	CONFEDERACIÓN HIDROGRÁFICA DEL GUADALQUIVIR	1	72.600
	CONFEDERACIÓN HIDROGRÁFICA DEL GUADIANA	1	80.000
	CONFEDERACIÓN HIDROGRÁFICA DEL MIÑO-SIL	1	60.000
	CONFEDERACIÓN HIDROGRÁFICA DEL SEGURA	1	174.104
	MANCOMUNIDAD DE LOS CANALES DEL TAIBILLA (MCT)	2	123.000
	OFICINA ESPAÑOLA DEL CAMBIO CLIMÁTICO	1	1.707.500
	DIRECCIÓN GENERAL DE CALIDAD Y EVALUACIÓN AMBIENTAL	1	1.678.638
	DIRECCIÓN GENERAL DE BIODIVERSIDAD, BOSQUES Y DESERTIFICACIÓN	3	2.136.000
	COMISIONADO PARA LA ECONOMÍA CIRCULAR	1	315.000
	AGENCIA ESTATAL DE METEOROLOGÍA	1	350.000
	FUNDACIÓN BIODIVERSIDAD	1	332.796
	DIRECCIÓN GENERAL DE POLÍTICAS CONTRA LA DESPOBLACIÓN	1	550.000
TOTAL TRANSICIÓN ECONÓMICA Y RETO DEMOGRÁFICO		24	17.147.843
VIVIENDA Y AGENDA URBANA	SUBSECRETARÍA	1	3.508.410
	CASA 47 ENTIDAD PÚBLICA EMPRESARIAL	1	2.008.410
TOTAL VIVIENDA Y AGENDA URBANA		2	5.516.819
CULTURA	SECRETARÍA DE ESTADO DE CULTURA	1	60.000
	DIRECCIÓN GENERAL DE DERECHOS CULTURALES	4	4.807.000
	DIRECCIÓN GENERAL DEL LIBRO, DEL CÓMIC Y DE LA LECTURA	1	3.300.000
	INSTITUTO DE LA CINEMATOGRAFÍA Y DE LAS ARTES AUDIOVISUALES (ICAA)	6	89.500
	TOTAL CULTURA	12	8.256.500
ECONOMÍA, COMERCIO Y EMPRESA	SUBSECRETARÍA DE ECONOMÍA, COMERCIO Y EMPRESA	2	4.000.000
TOTAL ECONOMÍA, COMERCIO Y EMPRESA		2	4.000.000
SANIDAD	COMISIONADO DE SALUD MENTAL	2	772.990
	D.G. DE CARTERA COMÚN DE SERVICIOS DEL S.N.S. Y FARMACIA	1	1.000.000
	DIRECCIÓN GENERAL DE SALUD PÚBLICA Y EQUIDAD EN SALUD	4	2.139.165
	AGENCIA ESPAÑOLA DE MEDICAMENTOS Y PRODUCTOS SANITARIOS	2	1.023.232
TOTAL SANIDAD		9	4.935.387



MINISTERIO	CENTRO DIRECTIVO/ORGANISMO	Nº CAMPAÑAS	COSTE
DERECHOS SOCIALES, CONSUMO Y AGENDA 2030	DIRECCIÓN GENERAL DE AGENDA 2030	1	1.220.523
	DIRECCIÓN GENERAL DE ORDENACIÓN DEL JUEGO	1	2.002.178
	SECRETARÍA GENERAL DE CONSUMO Y JUEGO	1	400.000
	SECRETARÍA DE ESTADO DE DERECHOS SOCIALES	1	500.000
	DIRECCIÓN GENERAL DE DERECHOS DE LOS ANIMALES	1	1.202.178
	AGENCIA ESPAÑOLA DE SEGURIDAD ALIMENTARIA Y NUTRICIÓN	1	300.000
TOTAL DERECHOS SOCIALES, CONSUMO Y AGENDA 2030		6	5.624.879
CIENCIA, INNOVACIÓN Y UNIVERSIDADES	SECRETARÍA GENERAL DE INVESTIGACIÓN	1	6.600
	SECRETARÍA GENERAL DE INNOVACIÓN	1	5.000
	SECRETARÍA GENERAL DE UNIVERSIDADES	2	4.000
TOTAL CIENCIA, INNOVACIÓN Y UNIVERSIDADES		4	15.600
IGUALDAD	DELEGACIÓN DEL GOBIERNO CONTRA LA VIOLENCIA DE GÉNERO	1	5.329.770
	SECRETARÍA DE ESTADO DE IGUALDAD Y PARA LA ERRADICACIÓN DE LA VIOLENCIA CONTRA LAS MUJERES	3	6.350.000
	DIRECCIÓN GENERAL PARA LA IGUALDAD DE TRATO Y NO DISCRIMINACIÓN Y CONTRA EL RACISMO	1	1.273.755
	DIRECCIÓN GENERAL PARA LA IGUALDAD REAL Y EFECTIVA DE LAS PERSONAS LGTBI+	1	1.265.000
TOTAL IGUALDAD		6	14.218.525
INCLUSIÓN, SEGURIDAD SOCIAL Y MIGRACIONES	GABINETE DEL MINISTRO	1	1.875.000
	SECRETARÍA DE ESTADO DE MIGRACIONES	2	2.680.000
	SECRETARÍA DE ESTADO DE LA SEGURIDAD SOCIAL Y PENSIONES	2	2.250.000
	SECRETARÍA GENERAL DE INCLUSIÓN	1	855.000
TOTAL INCLUSIÓN, SEGURIDAD SOCIAL Y MIGRACIONES		6	7.660.000
TRANSFORMACIÓN DIGITAL Y DE LA FUNCIÓN PÚBLICA	SUBSECRETARÍA PARA LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL Y DE LA FUNCIÓN PÚBLICA	1	2.000.000
	INSTITUTO NACIONAL DE CIBERSEGURIDAD DE ESPAÑA, S.A. (INCIBE)	1	5.008.410
	RED.ES	2	3.563.000
TOTAL TRANSFORMACIÓN DIGITAL Y DE LA FUNCIÓN PÚBLICA		4	10.571.410
JUVENTUD E INFANCIA	SECRETARÍA DE ESTADO DE JUVENTUD E INFANCIA	3	5.082.799
	DIRECCIÓN GENERAL DE DERECHOS DE LA INFANCIA Y DE LA ADOLESCENCIA	1	1.300.000
TOTAL JUVENTUD E INFANCIA		4	6.382.799
TOTAL		124	155.601.788



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, JUSTICIA Y RELACIONES CON LAS CORTES	SECRETARÍA DE ESTADO DE JUSTICIA	UNA NUEVA JUSTICIA: HACIA LA JUSTICIA DEL SIGLO XXI	1.190.755	27,06%	0,77%
	CENTRO DE ESTUDIOS JURÍDICOS	BECAS SERÉ PARA LA PREPARACIÓN DE OPOSICIONES PARA EL INGRESO EN LAS CARRERAS JUDICIAL, FISCAL, EN EL CUERPO DE LETRADOS DE LA ADMINISTRACIÓN DE JUSTICIA Y EN EL CUERPO DE ABOGADOS DEL ESTADO	2.350.000	53,40%	1,51%
	SECRETARÍA DE ESTADO DE RELACIONES CON LAS CORTES Y ASUNTOS CONSTITUCIONALES	48 ANIVERSARIO DE LA CONSTITUCIÓN ESPAÑOLA DE 1978	810.000	18,41%	0,52%
		II PLAN NACIONAL DE DERECHOS HUMANOS (2023-2027)	40.000	0,91%	0,03%
CENTRO DE INVESTIGACIONES SOCIOLOGÍCAS (CIS)	CENTRO DE INVESTIGACIONES SOCIOLOGÍCAS (CIS)	ANUNCIO PREMIO NACIONAL DE SOCIOLOGÍA Y CIENCIA POLÍTICA 2026	10.000	0,23%	0,01%
TOTAL PRESIDENCIA, JUSTICIA Y RELACIONES CON LAS CORTES			4.400.755	100,00%	2,83%
ASUNTOS EXTERIORES, UNIÓN EUROPEA Y COOPERACIÓN	DIRECCIÓN GENERAL DE COMUNICACIÓN, DIPLOMACIA PÚBLICA Y REDES	EFEMÉRIDES	38.000	67,86%	0,02%
		SABÍASQUE DIPLODATO	9.500	16,96%	0,01%
		EMPLEO EXTERIOR	5.000	8,93%	0,00%
		VIAJA SEGURO	3.500	6,25%	0,00%
TOTAL ASUNTOS EXTERIORES, UNIÓN EUROPEA Y COOPERACIÓN			56.000	100,00%	0,04%
HACIENDA	AGENCIA TRIBUTARIA	SENSIBILIZACIÓN FISCAL E INFORMACIÓN Y ASISTENCIA A LA CIUDADANÍA EN EL CUMPLIMIENTO DE SUS OBLIGACIONES FISCALES	9.000.000	100,00%	5,78%
TOTAL HACIENDA			9.000.000	100,00%	5,78%
INTERIOR	D.G. DE POLITICA INTERIOR	EL DERECHO DE SUFRAGIO DE LOS ELECTORES DE LA UNIÓN EUROPEA Y DE PAÍSES CON LOS QUE ESPAÑA HA SUSCRITO EL CORRESPONDIENTE ACUERDO DE RECIPROCIDAD DE RESIDENTES EN ESPAÑA EN LAS ELECCIONES LOCALES DE 23 DE MAYO DE 2027.	48.400	0,47%	0,03%
	JEFATURA CENTRAL DE TRÁFICO - DGT	CAMPAÑA PARA LA DIVULGACIÓN DE LA SEGURIDAD VIAL	10.194.000	99,53%	6,55%
TOTAL INTERIOR			10.242.400	100,00%	6,58%
TRANSPORTES Y MOVILIDAD SOSTENIBLE	TRANSPORTES Y MOVILIDAD SOSTENIBLE	PLAN DE ACCIONES DE COMUNICACIÓN SOBRE SERVICIOS DE INTERÉS PÚBLICO QUE INFLUEN EN LA CALIDAD DE VIDA DE LA CIUDADANÍA EN EL ÁMBITO DEL TRANSPORTE Y LA MOVILIDAD	2.500.910	96,73%	1,61%
	ENAIRE	CONVOCATORIAS DE EMPLEO PÚBLICO	48.400	1,87%	0,03%
	SOCIEDAD DE SALVAMENTO Y SEGURIDAD MARÍTIMA (SASEMAR)	POSICIONAMIENTO DE MARCA Y FUNCIONES DE SASEMAR	18.029	0,70%	0,01%
		SEGURIDAD EN NÁUTICA DE RECREO	18.029	0,70%	0,01%
TOTAL TRANSPORTES Y MOVILIDAD SOSTENIBLE			2.585.368	100,00%	1,66%
EDUCACIÓN, FORMACIÓN PROFESIONAL Y DEPORTES	GABINETE DE LA MINISTRA	EL PROFESORADO, EN EL CENTRO DE LA EDUCACIÓN	3.694.606	57,37%	2,37%
	SECRETARÍA GENERAL DE FORMACIÓN PROFESIONAL	EL TALENTO ESTÁ EN LA FORMACIÓN PROFESIONAL	1.220.000	18,95%	0,78%
	DIRECCIÓN GENERAL DE EVALUACIÓN Y COOPERACIÓN TERRITORIAL	UNA EDUCACIÓN DE CALIDAD SIN BARRERAS	1.520.000	23,60%	0,98%
	DIRECCIÓN GENERAL DE PLANIFICACIÓN Y GESTIÓN EDUCATIVA, UNIDAD DE ACCIÓN EDUCATIVA EXTERIOR	PROMOCIÓN DE LA ACCIÓN EDUCATIVA EXTERIOR	5.000	0,08%	0,00%
TOTAL EDUCACIÓN, FORMACIÓN PROFESIONAL Y DEPORTES			6.439.606	100,00%	4,14%



MINISTERIO	CENTRO DIRECTIVO/ORGANISMO	TITULO CAMPAÑA	COSTE	% COSTE CAMPAÑA RESPECTO AL MINISTERIO	% COSTE CAMPAÑA RESPECTO AL TOTAL
TRABAJO Y ECONOMÍA SOCIAL	GABINETE DE LA MINISTRA	SALUD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO	500.000	5,53%	0,32%
		1º DE MAYO: DÍA INTERNACIONAL DEL TRABAJO	500.000	5,53%	0,32%
		INSPECCIÓN DE TRABAJO	500.000	5,53%	0,32%
	UNIDAD ADMINISTRADORA DEL FONDO SOCIAL EUROPEO	DÍA DE EUROPA	1.100	0,01%	0,00%
		PREVENCIÓN EN PYMES	3.007.990	33,25%	1,93%
		30 AÑOS DE LA LEY DE PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES	2.007.990	22,20%	1,29%
		PREVENCIÓN DE LA EXPOSICIÓN LABORAL AL POLVO RESPIRABLE DE SÍLICE CRISTALINA (SCR)	67.000	0,74%	0,04%
		RIESGOS PSICOSOCIALES Y SALUD MENTAL	67.000	0,74%	0,04%
		PREVENCIÓN EN EL SECTOR MARÍTIMO-PESQUERO	67.000	0,74%	0,04%
		PREVENCIÓN EN EL SECTOR AGRARIO	67.000	0,74%	0,04%
		DIFUSIÓN DE LA NUEVA AGENCIA ESPAÑOLA DE EMPLEO Y SUS ACTIVIDADES	2.260.933	24,99%	1,45%
TOTAL TRABAJO Y ECONOMÍA SOCIAL			9.046.013	100,00%	5,81%
INDUSTRIA Y TURISMO	SECRETARÍA DE ESTADO DE INDUSTRIA	ORGULLO INDUSTRIAL	5.022.990	43,68%	3,23%
	SECRETARÍA DE ESTADO DE TURISMO	TURISMO SOSTENIBLE	5.022.990	43,68%	3,23%
	OFICINA ESPAÑOLA DE PATENTES Y MARCAS (OEPM)	CONCIENCIACIÓN Y SENSIBILIZACIÓN SOBRE LAS FALSIFICACIONES DE BIENES Y MERCANCÍAS Y SUS CONSECUENCIAS SOCIALES Y ECONÓMICAS	1.437.990	12,51%	0,92%
		PROMOCIÓN DE LA VI CONVENCIÓN DE TURESPAÑA	14.990	0,13%	0,01%
TOTAL INDUSTRIA Y TURISMO			11.498.960	100,00%	7,39%
AGRICULTURA, PESCA Y ALIMENTACIÓN	SUBSECRETARÍA DE AGRICULTURA, PESCA Y ALIMENTACIÓN	DIFUSIÓN DE LA REDSA (RED DE DATOS DE SOSTENIBILIDAD AGRICOLA)	26.750	0,22%	0,02%
	DIRECCIÓN GENERAL DE ALIMENTACIÓN	ORGULLO DE ALIMENTOS DE ESPAÑA	5.584.547	46,19%	3,59%
		SABOR A ALIMENTOS DE ESPAÑA	3.584.547	29,65%	2,30%
	DIRECCIÓN GENERAL DE DESARROLLO RURAL, INNOVACIÓN Y FORMACIÓN AGROALIMENTARIA	CAMINOS NATURALES "ELIGE TU CAMINO"	2.015.990	16,67%	1,30%
		PRESENCIA INSTITUCIONAL DE CAMINOS NATURALES EN FITUR 2026	201.377	1,67%	0,13%
	ENTIDAD ESTATAL DE SEGUROS AGRARIOS (ENESA)	PLAN DE SEGUROS AGRARIOS	366.000	3,03%	0,24%
	FONDO ESPAÑOL DE GARANTÍA AGRARIA (FEGA)	AYUDAS PAC 2026	310.825	2,57%	0,20%
TOTAL AGRICULTURA, PESCA Y ALIMENTACIÓN			12.090.036	100,00%	7,77%
POLÍTICA TERRITORIAL Y MEMORIA DEMOCRÁTICA	SECRETARÍA DE ESTADO DE MEMORIA DEMOCRÁTICA	EL VALOR DE LAS LIBERTADES Y LA DEMOCRACIA EN ESPAÑA	1.997.889	33,79%	1,28%
	DIRECCIÓN GENERAL DE LA ADMINISTRACIÓN GENERAL DEL ESTADO EN EL TERRITORIO	LACT, LA ADMINISTRACIÓN CERCA DE TÍ	500.000	8,46%	0,32%
	COMISIONADO ESPECIAL PARA LA RECONSTRUCCIÓN Y REPARACIÓN DE LOS DAÑOS PROVOCADOS POR LA DANA	RECONSTRUYENDO JUNTOS: RESPUESTA Y RECUPERACIÓN FRENTE A LA DANA	3.415.000	57,76%	2,19%
TOTAL POLÍTICA TERRITORIAL Y MEMORIA DEMOCRÁTICA			5.912.889	100,00%	3,80%



MINISTERIO	CENTRO DIRECTIVO/ORGANISMO	TITULO CAMPAÑA	COSTE	% COSTE CAMPAÑA RESPECTO AL MINISTERIO	% COSTE CAMPAÑA RESPECTO AL TOTAL
TRANSICIÓN ECOLÓGICA Y EL RETO DEMOGRÁFICO	SUBSECRETARÍA PARA LA TRANSICIÓN ECOLÓGICA Y EL RETO DEMOGRÁFICO	SENSIBILIZACIÓN SOBRE LA IMPORTANCIA DE DOÑANA	787.500	4,59%	0,51%
	SENSIBILIZACIÓN SOBRE LA IMPORTANCIA DEL MAR MENOR	557.500	3,25%	0,36%	
	DIRECCIÓN GENERAL DE SERVICIOS	PROMOCIÓN DEL EMPLEO PÚBLICO EN EL MINISTERIO PARA LA TRANSICIÓN ECOLÓGICA Y EL RETO DEMOGRÁFICO	85.000	0,50%	0,05%
		SECRETARÍA DE ESTADO DE ENERGÍA CONOCE EL BONO SOCIAL	1.010.000	5,89%	0,65%
	INSTITUTO PARA LA DIVERSIFICACIÓN Y AHORRO DE LA ENERGÍA (IDAE)	LA TRANSICIÓN ENERGÉTICA EN ESPAÑA	3.872.000	22,58%	2,49%
		LAS PERSONAS, EN EL CENTRO DE LA TRANSICIÓN ENERGÉTICA	2.208.250	12,88%	1,42%
	INSTITUTO PARA LA TRANSICIÓN JUSTA	APOYO A LOS MUNICIPIOS DE MENOS DE 5.000 HABITANTES EN LA PREVENCIÓN DE INCENDIOS FORESTALES	350.000	2,04%	0,22%
	DIRECCIÓN GENERAL DEL AGUA	CENTENARIO DE LA CREACIÓN DE LAS CONFEDERACIONES HIDROGRÁFICAS	650.000	3,79%	0,42%
	CONFEDERACIÓN HIDROGRÁFICA DEL CANTÁBRICO	ACTUALIDAD DE LA CONFEDERACIÓN HIDROGRÁFICA DEL CANTÁBRICO	47.955	0,28%	0,03%
	CONFEDERACIÓN HIDROGRÁFICA DEL GUADALQUIVIR	ACTUALIDAD DE LA CONFEDERACIÓN HIDROGRÁFICA DEL GUADALQUIVIR	72.600	0,42%	0,05%
	CONFEDERACIÓN HIDROGRÁFICA DEL GUADIANA	TEMAS DE ACTUALIDAD EN LA CONFEDERACIÓN HIDROGRÁFICA DEL GUADIANA	80.000	0,47%	0,05%
	CONFEDERACIÓN HIDROGRÁFICA DEL MIÑO-SIL	ACTIVIDAD DE LA CONFEDERACION HIDROGRÁFICA DEL MIÑO-SIL	60.000	0,35%	0,04%
	CONFEDERACIÓN HIDROGRÁFICA DEL SEGURA	LA ACTUALIDAD EN LA CONFEDERACIÓN HIDROGRÁFICA DEL SEGURA, O.A.	174.104	1,02%	0,11%
	MANCOMUNIDAD DE LOS CANALES DEL TAIBILLA (MCT)	FOMENTO DEL AHORRO DEL AGUA Y EL USO RESPONSABLE DE ESTE RECURSO	80.000	0,47%	0,05%
		DIVULGACIÓN DE LA ACTIVIDAD QUE REALIZA LA MANCOMUNIDAD DE LOS CANALES DEL TAIBILLA	43.000	0,25%	0,03%
	OFICINA ESPAÑOLA DEL CAMBIO CLIMÁTICO	CONCIENCIACIÓN SOBRE CAMBIO CLIMÁTICO	1.707.500	9,96%	1,10%
	DIRECCIÓN GENERAL DE CALIDAD Y EVALUACIÓN AMBIENTAL	CONCIENCIACIÓN EN MATERIA DE RESIDUOS DOMÉSTICOS	1.678.638	9,79%	1,08%
	DIRECCIÓN GENERAL DE BIODIVERSIDAD, BOSQUES Y DESERTIFICACIÓN	CONCIENCIACIÓN CIUDADES VERDES, CIUDADES VIVAS	824.000	4,81%	0,53%
		NATURALEZA VIVA	706.000	4,12%	0,45%
		SENSIBILIZACIÓN SOBRE PREVENCIÓN DE INCENDIOS FORESTALES	606.000	3,53%	0,39%
	COMISIONADO PARA LA ECONOMÍA CIRCULAR	CONCIENCIACIÓN SOBRE ECONOMÍA CIRCULAR	315.000	1,84%	0,20%
	AGENCIA ESTATAL DE METEOROLOGÍA	SENSIBILIZACIÓN SERVICIOS PRESTADOS AEMET A LA SOCIEDAD	350.000	2,04%	0,22%
	FUNDACIÓN BIODIVERSIDAD	LOS VALORES NATURALES DEL MEDIO MARINO, SUS BENEFICIOS Y LOS AVANCES EN SU CONSERVACIÓN	332.796	1,94%	0,21%
	DIRECCIÓN GENERAL DE POLÍTICAS CONTRA LA DESPOBLACIÓN	DIFUSIÓN PROGRAMA CAMPUS RURAL 2026	550.000	3,21%	0,35%
TOTAL TRANSICIÓN ECOLÓGICA Y EL RETO DEMOGRÁFICO			17.147.843	100,00%	11,02%
VIVIENDA Y AGENDA URBANA	SUBSECRETARÍA	PLAN DE ACCIONES DE COMUNICACIÓN SOBRE SERVICIOS DE INTERÉS PÚBLICO QUE INFLUEN EN LA CALIDAD DE VIDA DE LA CIUDADANÍA EN EL ÁMBITO DE VIVIENDA Y AGENDA URBANA	3.508.410	63,59%	2,25%
	CASA 47 ENTIDAD PÚBLICA EMPRESARIAL	ACCIONES DE COMUNICACIÓN EN MATERIA DE VIVIENDA	2.008.410	36,41%	1,29%
TOTAL VIVIENDA Y AGENDA URBANA			5.516.819	100,00%	3,55%



MINISTERIO	CENTRO DIRECTIVO/ORGANISMO	TITULO CAMPAÑA	COSTE	% COSTE CAMPAÑA RESPECTO AL MINISTERIO	% COSTE CAMPAÑA RESPECTO AL TOTAL	
CULTURA	SECRETARÍA DE ESTADO DE CULTURA DIRECCIÓN GENERAL DE DERECHOS CULTURALES	ESTATUTO DEL ARTISTA	60.000	0,73%	0,04%	
		PROMOCIÓN DEL BONO CULTURAL JOVEN 2026	4.700.000	56,92%	3,02%	
		EN DEFENSA DE LOS DERECHOS DE PROPIEDAD INTELECTUAL, LA DIVERSIDAD CULTURAL Y LOS DERECHOS DE LOS CREADORES/AS Y DEMÁS PROFESIONALES DEL SECTOR	100.000	1,21%	0,06%	
		PROGRAMAS EUROPEOS "EUROPA CREATIVA" Y "CIUDADANOS, IGUALDAD, DERECHOS Y VALORES"	4.000	0,05%	0,00%	
	DIRECCIÓN GENERAL DEL LIBRO, DEL CÓMIC Y DE LA LECTURA	ACTIVIDADES DEL PROGRAMA CULTURA Y CIUDADANÍA	3.000	0,04%	0,00%	
		FOMENTO DE LA LECTURA	3.300.000	39,97%	2,12%	
	INSTITUTO DE LA CINEMATOGRÁFIA Y DE LAS ARTES AUDIOVISUALES (ICAA)	06 OCT - DÍA DEL CINE ESPAÑOL 2026	18.000	0,22%	0,01%	
		CINE ESCUELA 2026	18.000	0,22%	0,01%	
		PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN DE LA CINEMATOGRÁFIA ESPAÑOLA 2026	18.000	0,22%	0,01%	
		PROGRAMACIÓN DE LA FILMOTECA ESPAÑOLA Y DIFUSIÓN DE EFEMÉRIDES E HITOS DEL CINE ESPAÑOL EN 2026	12.500	0,15%	0,01%	
		PREMIO NACIONAL DE CINEMATOGRÁFIA 2026	12.000	0,15%	0,01%	
		PREMIOS GOYA	11.000	0,13%	0,01%	
TOTAL CULTURA			8.256.500	100,00%	5,31%	
ECONOMÍA, COMERCIO Y EMPRESA	SUBSECRETARÍA DE ECONOMÍA, COMERCIO Y EMPRESA	VISIBILIZACIÓN DEL PLAN DE RECUPERACIÓN, TRANSFORMACIÓN Y RESILIENCIA (PRTR)	2.000.000	50,00%	1,29%	
		APOYO A LAS EMPRESAS ESPAÑOLAS EN EL CONTEXTO ECONÓMICO Y COMERCIAL INTERNACIONAL	2.000.000	50,00%	1,29%	
	TOTAL ECONOMÍA, COMERCIO Y EMPRESA			4.000.000	100,00%	
	SANIDAD	COMISIONADO DE SALUD MENTAL	622.990	12,62%	0,40%	
DERECHOS SOCIALES, CONSUMO Y AGENDA 2030		PROMOCIÓN DE LA SALUD MENTAL INFANTIL Y JUVENIL	150.000	3,04%	0,10%	
		D.G. DE CARTERA COMÚN DE SERVICIOS DEL S.N.S. Y FARMACIA	1.000.000	20,26%	0,64%	
		INFORMACIÓN SOBRE LAS NUEVAS AYUDAS DIRECTAS PARA LA OBTENCIÓN DE EQUIPOS DE AYUDA VISUAL	922.990	18,70%	0,59%	
		UNIVERSALIDAD EN EL SISTEMA NACIONAL DE SALUD	450.000	9,12%	0,29%	
		SALUD Y MUJER	440.588	8,93%	0,28%	
		PREVENCIÓN DE LAS INFECCIONES DE TRANSMISIÓN SEXUAL (ITS)	325.588	6,60%	0,21%	
		PREVENCIÓN DEL TABAQUISMO Y PROTECCIÓN DE LA SALUD	762.645	15,45%	0,49%	
		AGENCIA ESPAÑOLA DE MEDICAMENTOS Y PRODUCTOS SANITARIOS	260.588	5,28%	0,17%	
TOTAL SANIDAD			4.935.387	100,00%	3,17%	
DERECHOS SOCIALES, CONSUMO Y AGENDA 2030	DIRECCIÓN GENERAL DE AGENDA 2030	OBJETIVO 2030: CONSTRUYENDO FUTUROS QUE MERECEN LA PENA	1.220.523	21,70%	0,78%	
	DIRECCIÓN GENERAL DE ORDENACIÓN DEL JUEGO	CAMPAÑA POR UN JUEGO SEGURO	2.002.178	35,60%	1,29%	
	SECRETARÍA GENERAL DE CONSUMO Y JUEGO	PRÁCTICAS ABUSIVAS Y DERECHOS DE LAS PERSONAS CONSUMIDORAS	500.000	7,11%	0,26%	
	SECRETARÍA DE ESTADO DE DERECHOS SOCIALES	SOLEDAD: UN SENTIMIENTO QUE SE AFRONTA DESDE LO COMÚN	400.000	8,89%	0,32%	
	DIRECCIÓN GENERAL DE DERECHOS DE LOS ANIMALES	ESTE PERRO ENTRA	300.000	21,37%	0,77%	
	AGENCIA ESPAÑOLA DE SEGURIDAD ALIMENTARIA Y NUTRICIÓN	POR UNA ALIMENTACIÓN Y HÁBITOS DE VIDA SALUDABLES	300.000	5,33%	0,19%	
TOTAL DERECHOS SOCIALES, CONSUMO Y AGENDA 2030			5.624.879	100,00%	3,61%	



MINISTERIO	CENTRO DIRECTIVO/ORGANISMO	TITULO CAMPAÑA	COSTE	% COSTE CAMPAÑA RESPECTO AL MINISTERIO	% COSTE CAMPAÑA RESPECTO AL TOTAL
CIENCIA, INNOVACIÓN Y UNIVERSIDADES	SECRETARÍA GENERAL DE INVESTIGACIÓN	PREMIOS NACIONALES DE INVESTIGACIÓN Y PREMIOS NACIONALES DE INVESTIGACIÓN PARA JÓVENES 2026	6.600	42,31%	0,00%
	SECRETARÍA GENERAL DE INNOVACIÓN	PREMIOS NACIONALES DE INNOVACIÓN Y DE DISEÑO 2026	5.000	32,05%	0,00%
	SECRETARÍA GENERAL DE UNIVERSIDADES	XXII CERTAMEN ARQUIMEDES DE INTRODUCCIÓN A LA INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA	2.000	12,82%	0,00%
	SECRETARÍA GENERAL DE UNIVERSIDADES	XXXVII CERTAMEN JOVENES INVESTIGADORES/AS	2.000	12,82%	0,00%
TOTAL CIENCIA, INNOVACIÓN Y UNIVERSIDADES			15.600	100,00%	0,01%
IGUALDAD	DELEGACIÓN DEL GOBIERNO CONTRA LA VIOLENCIA DE GÉNERO	CONCIENCIACIÓN SOCIAL CONTRA LAS DISTINTAS FORMAS DE VIOLENCIA CONTRA LAS MUJERES 2026	5.329.770	37,48%	3,43%
	SECRETARÍA DE ESTADO DE IGUALDAD Y PARA LA ERRADICACIÓN DE LA VIOLENCIA CONTRA LAS MUJERES	DÍA INTERNACIONAL DE LAS MUJERES	2.310.000	16,25%	1,48%
		CONTRA LA TRATA DE SERES HUMANOS Y POR LA ABOLICIÓN DE LA PROSTITUCIÓN.	2.020.000	14,21%	1,30%
		MASCULINIDADES CORRESPONSABLES	2.020.000	14,21%	1,30%
	DIRECCIÓN GENERAL PARA LA IGUALDAD DE TRATO Y NO DISCRIMINACIÓN Y CONTRA EL RACISMO	SENSIBILIZACIÓN SOCIAL CONTRA EL RACISMO Y LA DISCRIMINACIÓN RACIAL	1.273.755	8,96%	0,82%
TOTAL IGUALDAD			14.218.525	100,00%	9,14%
INCLUSIÓN, SEGURIDAD SOCIAL Y MIGRACIONES	GABINETE DEL MINISTRO	SEGURIDAD SOCIAL Y JÓVENES	1.875.000	24,48%	1,20%
	SECRETARÍA DE ESTADO DE MIGRACIONES	MIGRACIÓN, FUENTE DE RIQUEZA	1.465.000	19,13%	0,94%
		PLAN ESTATAL DE RETORNO VOLUNTARIO	1.215.000	15,86%	0,78%
	SECRETARÍA DE ESTADO DE LA SEGURIDAD SOCIAL Y PENSIONES	PROMOCIÓN DE LAS OPOSICIONES A LA SEGURIDAD SOCIAL	1.500.000	19,58%	0,96%
		NUEVAS FÓRMULAS DE JUBILACIÓN	750.000	9,79%	0,48%
TOTAL INCLUSIÓN, SEGURIDAD SOCIAL Y MIGRACIONES			7.660.000	100,00%	4,92%
TRANSFORMACIÓN DIGITAL Y DE LA FUNCIÓN PÚBLICA	SUBSECRETARÍA PARA LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL Y DE LA FUNCIÓN PÚBLICA	CONOCE LOS SERVICIOS DIGITALES DE LA ADMINISTRACIÓN PÚBLICA	2.000.000	18,92%	1,29%
	INSTITUTO NACIONAL DE CIBERSEGURIDAD DE ESPAÑA, S.A. (INCIBE)	CONCIENCIACIÓN EN CIBERSEGURIDAD Y TELÉFONO 017 PARA CIUDADANÍA	5.008.410	47,38%	3,22%
	RED.ES	DERECHOS DIGITALES	2.045.000	19,34%	1,31%
		DIGITALIZACIÓN DE EMPRESAS / CIUDADANÍA / SERVICIOS PÚBLICOS	1.518.000	14,36%	0,98%
TOTAL TRANSFORMACIÓN DIGITAL Y DE LA FUNCIÓN PÚBLICA			10.571.410	100,00%	6,79%
JUVENTUD E INFANCIA	SECRETARÍA DE ESTADO DE JUVENTUD E INFANCIA	MEDIO AMBIENTE SANO Y DERECHOS DE LAS GENERACIONES FUTURAS	2.570.933	40,28%	1,65%
		IMPACTO DE LA POBREZA EN PERSONAS MENORES	1.255.933	19,68%	0,81%
		DIGITALIZACIÓN Y USO DE PANTALLAS ENTRE PERSONAS MENORES	1.255.933	19,68%	0,81%
	DIRECCIÓN GENERAL DE DERECHOS DE LA INFANCIA Y DE LA ADOLESCENCIA	SENSIBILIZACIÓN CONTRA LA VIOLENCIA HACIA LA INFANCIA Y LA ADOLESCENCIA	1.300.000	20,37%	0,84%
TOTAL JUVENTUD E INFANCIA			6.382.799	100,00%	4,10%
TOTAL			155.601.788	100,00%	



Anexo III: Relación de campañas institucionales

MINISTERIO DE LA PRESIDENCIA, JUSTICIA Y RELACIONES CON LAS CORTES

SECRETARÍA DE ESTADO DE JUSTICIA

UNA NUEVA JUSTICIA: HACIA LA JUSTICIA DEL SIGLO XXI

Objetivo y sentido: DAR A CONOCER, ENTRE LA POBLACIÓN GENERAL Y LOS PROFESIONALES VINCULADOS A LA ADMINISTRACIÓN DE JUSTICIA, LAS MEJORAS QUE SE ESTÁN LLEVANDO A CABO EN Dicha ADMINISTRACIÓN, CON EL FIN DE MODERNIZARLA, DIGITALIZARLA Y ACERCARLA A LA CIUDADANÍA.

Ejecución: Anual **Periodo de ejecución:** Del 1 de marzo al 31 de diciembre de 2026

Coste: 1.190.755

Imputación presupuestaria de la inversión: Capítulo 2

Medios: Televisión, radio, prensa, revistas, digital, exterior, cine y relaciones públicas

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

Población objetivo de la campaña: General y profesionales vinculados a la Administración de Justicia

Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos **Evaluación:** Post-test

SECRETARÍA DE ESTADO DE JUSTICIA -CENTRO DE ESTUDIOS JURÍDICOS

BECAS SERÉ PARA LA PREPARACIÓN DE OPOSICIONES PARA EL INGRESO EN LAS CARRERAS JUDICIAL, FISCAL, EN EL CUERPO DE LETRADOS DE LA ADMINISTRACIÓN DE JUSTICIA Y EN EL CUERPO DE ABOGADOS DEL ESTADO

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, TANTO ENTRE LA POBLACIÓN GENERAL, COMO ENTRE LAS POSIBLES PERSONAS BENEFICIARIAS DE ESTAS BECAS.

Ejecución: Anual **Periodo de ejecución:** Del 1 de febrero al 30 de noviembre de 2026

Coste: 2.350.000

Imputación presupuestaria de la inversión: Capítulo 2

Medios: Televisión, radio, prensa, revistas, digital, exterior, cine y relaciones públicas

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

Población objetivo de la campaña: General, estudiantes y jóvenes entre 20 y 30 años

Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos **Evaluación:** Post-test

MINISTERIO DE LA PRESIDENCIA, JUSTICIA Y RELACIONES CON LAS CORTES

SECRETARÍA DE ESTADO DE RELACIONES CON LAS CORTES Y ASUNTOS CONSTITUCIONALES

48 ANIVERSARIO DE LA CONSTITUCIÓN ESPAÑOLA DE 1978

Objetivo y sentido: CELEBRAR Y DIFUNDIR EL 48 ANIVERSARIO DE LA CONSTITUCIÓN ESPAÑOLA DE 1978, QUE EN 2026 SE CONVIERTE EN LA CONSTITUCIÓN MÁS LONGEVA DE LA HISTORIA.

Ejecución: Anual

Periodo de ejecución: Del 1 de septiembre al 31 de diciembre de 2026

Coste: 810.000

Imputación presupuestaria de la inversión: Capítulos 2 y 6

Medios: Televisión, radio, prensa, digital, 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

Evaluación: Post-test

II PLAN NACIONAL DE DERECHOS HUMANOS (2023-2027)

Objetivo y sentido: PROMOCIONAR LOS AVANCES Y LAS GARANTÍAS DE LOS DERECHOS HUMANOS (ECONÓMICOS, SOCIALES, CULTURALES, CIVILES Y POLÍTICOS) EN EL MARCO DEL II PLAN NACIONAL DE DERECHOS HUMANOS (2023-2027).

Ejecución: Anual

Periodo de ejecución: Del 1 de abril al 31 de diciembre de 2026

Coste: 40.000

Imputación presupuestaria de la inversión: Capítulo 2

Medios: Digital, exterior y relaciones públicas

Difusión: Nacional

Idioma: Castellano

Población objetivo de la campaña: General

Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos



Centro de
Investigaciones
Sociológicas

CENTRO DE INVESTIGACIONES SOCIOLOGICAS (CIS)

PREMIO NACIONAL DE SOCIOLOGÍA Y CIENCIA POLÍTICA 2026

Objetivo y sentido: DIFUSIÓN A NIVEL NACIONAL DE LA CONVOCATORIA DEL PREMIO NACIONAL DE SOCIOLOGÍA Y CIENCIA POLÍTICA 2026.

Ejecución: Anual

Periodo de ejecución: Del 1 de abril al 30 de septiembre de 2026

Coste: 10.000

Imputación presupuestaria de la inversión: Capítulo 2

Medios: Prensa

Difusión: Nacional

Idioma: Castellano

Población objetivo de la campaña: General

MINISTERIO DE ASUNTOS EXTERIORES, UNIÓN EUROPEA Y COOPERACIÓN

DIRECCIÓN GENERAL DE COMUNICACIÓN, DIPLOMACIA PÚBLICA Y REDES

EFEMÉRIDES

Objetivo y sentido: DIFUNDIR EN DÍAS INTERNACIONALES Y OTRAS FECHAS DESTACADAS LOS OBJETIVOS EN EL ÁMBITO DE LAS RELACIONES EXTERIORES.

Ejecución: Anual

Periodo de ejecución: Del 7 de enero al 22 de diciembre de 2026

Coste: 38.000

Imputación presupuestaria de la inversión: Capítulo 2

Medios: Otras herramientas: portal 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

#SABÍASQUE DIPLODATO

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

Ejecución: Anual

Periodo de ejecución: Del 7 de enero al 22 de diciembre de 2026

Coste: 9.500

Imputación presupuestaria de la inversión: Capítulo 2

Medios: Otras herramientas: portal 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

EMPLEO EXTERIOR

Objetivo y sentido: DIFUSIÓN DE CONVOCATORIAS DE OFERTAS DE EMPLEO, FORMACIÓN Y PRÁCTICAS EN ORGANISMOS DEL SECTOR DE LAS RELACIONES INTERNACIONALES, A TRAVÉS DE LA UNIDAD DE FUNCIONARIOS INTERNACIONALES, PARA INCREMENTAR LA PRESENCIA DE ESPAÑOLES EN LOS MISMOS.

Ejecución: Anual

Periodo de ejecución: Del 7 de enero al 31 de diciembre de 2026

Coste: 5.000

Imputación presupuestaria de la inversión: Capítulo 2

Medios: Otras herramientas: portal y redes sociales propias

Difusión: Nacional e internacional

Idioma: Castellano

Población objetivo de la campaña: General y estudiantes

Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos



MINISTERIO DE ASUNTOS EXTERIORES, UNIÓN EUROPEA Y COOPERACIÓN

DIRECCIÓN GENERAL DE COMUNICACIÓN, DIPLOMACIA PÚBLICA Y REDES

VIAJA SEGURO

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

Ejecución: Anual

Periodo de ejecución: Del 1 de enero al 31 de diciembre de 2026

Coste: 3.500

Imputación presupuestaria de la inversión: Capítulo 2

Medios: Otras herramientas: portal y redes sociales propias

Difusión: Internacional

Idioma: Castellano

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

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: Del 1 de abril al 30 de noviembre de 2026

Coste: 9.000.000

Imputación presupuestaria de la inversión: Capítulo 2

Medios: Televisión, radio, prensa, revistas y digital

Difusión: Nacional

Idioma: Castellano, catalán, gallego y valenciano

Población objetivo de la campaña: General

Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

Evaluación: Post-test

MINISTERIO DEL INTERIOR

D.G. DE POLÍTICA INTERIOR

EL DERECHO DE SUFRAGIO DE LOS ELECTORES DE LA UNIÓN EUROPEA Y DE PAÍSES CON LOS QUE ESPAÑA HA SUSCRITO EL CORRESPONDIENTE ACUERDO DE RECIPROCIDAD DE RESIDENTES EN ESPAÑA EN LAS ELECCIONES LOCALES DE 23 DE MAYO DE 2027

Objetivo y sentido: INFORMAR A LOS ELECTORES DE LA UNIÓN EUROPEA Y LOS PAÍSES CON LOS QUE ESPAÑA HA SUSCRITO EL CORRESPONDIENTE ACUERDO DE RECIPROCIDAD SOBRE LA FECHA DE VOTACIÓN, DERECHO DE SUFRAGIO, REMISIÓN DE INSTRUCCIONES, INFORMACIÓN EN SU AYUNTAMIENTO Y TELÉFONO DE INFORMACIÓN PARA LAS ELECCIONES LOCALES DE 23 DE MAYO DE 2027.

Ejecución: Anual **Periodo de ejecución:** Del 9 al 23 de diciembre de 2026

Coste: 48.400

Imputación presupuestaria de la inversión: Capítulo 2

Medios: Televisión y radio

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

Población objetivo de la campaña: General

Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

Observaciones: Según dispone la Ley Orgánica 5/1985, de 19 de junio, del Régimen Electoral General, en su artículo 50.1, esta publicidad institucional se realizará en espacios gratuitos de los medios de comunicación social de titularidad pública del ámbito territorial correspondiente del proceso electoral de que se trate.



JEFATURA CENTRAL DE TRÁFICO - DGT

CAMPAÑA PARA LA DIVULGACIÓN DE LA SEGURIDAD VIAL

Objetivo y sentido: CONCIENCIAR AL CIUDADANO 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 2026 al 30 de abril de 2027

Coste: 10.194.000 **Coste Plurianual:** 10.194.000

Imputación presupuestaria de la inversión: Capítulo 6

Medios: Televisión, radio, prensa, revistas, digital, exterior y cine

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

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

Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos **Evaluación:** Post-test

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 SOBRE SERVICIOS DE MOVILIDAD Y TRANSPORTES QUE SON DE INTERÉS PARA LA MEJORA DEL BIENESTAR DE LA CIUDADANÍA Y SU CALIDAD DE VIDA.

Ejecución: Plurianual **Periodo de ejecución:** Del 1 de febrero de 2025 al 15 de diciembre de 2026

Coste: 2.500.909 **Coste Plurianual:** 5.000.909

Imputación presupuestaria de la inversión: Capítulo 6

Medios: Televisión, radio, prensa, revistas, digital y exterior

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

Población objetivo de la campaña: General

Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos **Evaluación:** Post-test

MINISTERIO DE TRANSPORTES Y MOVILIDAD SOSTENIBLE

ENAIRe**ENAIRe**

CONVOCATORIAS DE EMPLEO PÚBLICO

Objetivo y sentido: DIFUSIÓN Y DIVULGACIÓN DE CONVOCATORIAS DE EMPLEO PÚBLICO DE NUEVAS PLAZAS DE CONTROLADORES AÉREOS, TÉCNICOS/AS DE MANTENIMIENTO, TÉCNICOS/AS INFORMÁTICOS/AS Y RESTO DE OCUPACIONES DE ENAIRe.
Ejecución: Anual Periodo de ejecución: Del 1 de enero al 31 de diciembre de 2026
Coste: 48.400
Imputación presupuestaria de la inversión: Entidad pública empresarial. Su presupuesto no se ajusta a la clasificación económica de los PGE
Medios: Prensa, revistas y digital
Difusión: Nacional e internacional Idioma: Castellano e inglés
Población objetivo de la campaña: General y estudiantes
Medidas accesibilidad: Subtitulación



SOCIEDAD DE SALVAMENTO Y SEGURIDAD MARÍTIMA (SASEMAR)

POSICIONAMIENTO DE MARCA Y FUNCIONES DE SASEMAR

Objetivo y sentido: DAR A CONOCER AL PÚBLICO ESPECIALIZADO LAS FUNCIONES DE SASEMAR.
Ejecución: Anual Periodo de ejecución: A determinar
Coste: 18.029
Imputación presupuestaria de la inversión: Entidad pública empresarial. Su presupuesto no se ajusta a la clasificación económica de los PGE
Medios: Revistas, digital y otras herramientas: branded content
Difusión: Nacional Idioma: Castellano
Población objetivo de la campaña: Empresas y personas potenciales usuarias de los puertos
Medidas accesibilidad: Subtitulación y audiodescripción

SEGURIDAD EN NÁUTICA DE RECREO

Objetivo y sentido: CONCIENCIAR A LOS USUARIOS DE NÁUTICA DE RECREO DE LA IMPORTANCIA DE SEGUIR LAS RECOMENDACIONES DE SEGURIDAD.
Ejecución: Anual Periodo de ejecución: A determinar
Coste: 18.029
Imputación presupuestaria de la inversión: Entidad pública empresarial. Su presupuesto no se ajusta a la clasificación económica de los PGE
Medios: Prensa, revistas y otras herramientas: branded content
Difusión: Nacional Idioma: Castellano
Población objetivo de la campaña: Empresas y personas potenciales usuarias de los puertos
Medidas accesibilidad: Subtitulación y audiodescripción

MINISTERIO DE EDUCACIÓN, FORMACIÓN PROFESIONAL Y DEPORTES

GABINETE DE LA MINISTRA

EL PROFESORADO, EN EL CENTRO DE LA EDUCACIÓN

Objetivo y sentido: REFORZAR, MEJORAR Y DIFUNDIR LA IMAGEN DEL PROFESORADO ESPAÑOL COMO ELEMENTO IMPRESCINDIBLE EN LA MEJORA DE LA EDUCACIÓN, Y SITUAR A LOS DOCENTES COMO CENTRO DEL SISTEMA EDUCATIVO, LA MEJOR GARANTÍA DE ASCENSO SOCIAL EN NUESTRA SOCIEDAD Y MEJORA DE OPORTUNIDADES DE TODOS LOS ESPAÑOLES.

Ejecución: Plurianual

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

Coste: 3.694.606

Coste Plurianual: 3.709.606

Imputación presupuestaria de la inversión: Capítulo 2

Medios: Televisión, radio, prensa, revistas, digital y exterior

Difusión: Nacional

Idioma: Castellano, catalán, gallego, euskera y valenciano

Población objetivo de la campaña: General y docentes, personal funcionario y no funcionario de educación; estudiantes de máster en formación del profesorado y último año de carrera; así como profesionales docentes interesados en trabajar en el exterior

Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

Evaluación: Post-test

Observaciones: El contrato de creatividad se ha gestionado en 2025

SECRETARÍA GENERAL DE FORMACIÓN PROFESIONAL

EL TALENTO ESTÁ EN LA FORMACIÓN PROFESIONAL

Objetivo y sentido: CAMPAÑA DIRIGIDA A ESTUDIANTES EN PERÍODO DE TRANSICIÓN EDUCATIVA, ASÍ COMO A PERSONAS TRABAJADORAS QUE QUIEREN CUALIFICARSE Y RECUALIFICARSE. EL OBJETIVO ES DESPERTAR VOCACIONES Y VISIBILIZAR AQUELLAS PROFESIONES Y SECTORES PRODUCTIVOS ESTRATÉGICOS Y CON NECESIDAD DE RELEVO.

Ejecución: Plurianual

Periodo de ejecución: Del 1 de mayo de 2026 al 31 de diciembre de 2027

Coste: 1.220.000

Coste Plurianual: 1.220.000

Imputación presupuestaria de la inversión: Capítulo 2

Medios: Televisión, radio y digital

Difusión: Nacional

Idioma: Castellano, catalán, gallego, euskera y valenciano

Población objetivo de la campaña: General, estudiantes y población trabajadora

Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

Evaluación: Post-test



MINISTERIO DE EDUCACIÓN, FORMACIÓN PROFESIONAL Y DEPORTES

DIRECCIÓN GENERAL DE EVALUACIÓN Y COOPERACIÓN TERRITORIAL

UNA EDUCACIÓN DE CALIDAD SIN BARRERAS

Objetivo y sentido: DIFUNDIR LA CONVOCATORIA DE BECAS DE GRATUIDAD DE PLAZAS ACCESIBLES, INCLUSIVAS Y DE ALTA CALIDAD DEL PRIMER CICLO DE EDUCACIÓN INFANTIL PARA EL ALUMNADO DE FAMILIAS CON RENTAS POR DEBAJO DEL UMBRAL DE RIESGO DE POBREZA (AROPE); PREVENIR, DETECTAR E INTERVENIR EN SITUACIONES DE ACOSO ESCOLAR Y CIBERACOSO Y PROMOCIONAR UN SISTEMA EDUCATIVO INCLUSIVO, EQUITATIVO Y DE CALIDAD EN TODO EL TERRITORIO.

Ejecución: Plurianual

Periodo de ejecución: Del 1 de abril de 2026 al 30 de noviembre de 2027

Coste: 1.520.000

Coste Plurianual: 3.020.000

Imputación presupuestaria de la inversión: Capítulo 2

Medios: Televisión, radio, prensa, revistas y digital

Difusión: Nacional

Idioma: Castellano

Población objetivo de la campaña: General, estudiantes, infantil/juvenil, personal docente funcionario y no funcionario de educación; estudiantes de máster en formación del profesorado y último año de carrera; así como profesionales docentes interesados en trabajar en el exterior

Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

Evaluación: Post-test

DIRECCIÓN GENERAL DE PLANIFICACIÓN Y GESTIÓN EDUCATIVA.
UNIDAD DE ACCIÓN EDUCATIVA EXTERIOR

PROMOCIÓN DE LA ACCIÓN EDUCATIVA EXTERIOR

Objetivo y sentido: DIFUSIÓN DE LOS PROGRAMAS Y ACCIONES DE LA ACCIÓN EDUCATIVA EXTERIOR Y LAS CONVOCATORIAS DE EMPLEO ASOCIADAS.

Ejecución: Anual

Periodo de ejecución: Del 1 de febrero al 31 de mayo de 2026

Coste: 5.000

Imputación presupuestaria de la inversión: Capítulo 2

Medios: Digital

Difusión: Nacional

Idioma: Castellano

Población objetivo de la campaña: Docentes, funcionarios y no funcionarios de educación; estudiantes de máster en formación del profesorado y último año de carrera e interesados en trabajar en el exterior

Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

MINISTERIO DE TRABAJO Y ECONOMÍA SOCIAL

GABINETE DE LA MINISTRA

SALUD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO

Objetivo y sentido: INFORMACIÓN PÚBLICA SOBRE DERECHOS Y DEBERES DE PERSONAS TRABAJADORAS Y EMPRESAS RESPECTO A LA PROTECCIÓN DE LA INTEGRIDAD FÍSICA, MENTAL Y SOCIAL EN EL TRABAJO. DIFUSIÓN DE POLÍTICAS, PROGRAMAS Y MEDIDAS PREVENTIVAS.

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

Coste: 500.000

Imputación presupuestaria de la inversión: Capítulo 2

Medios: Televisión, radio, prensa, revistas, digital, exterior y relaciones públicas

Difusión: Nacional **Idioma:** Castellano

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

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 2026

Coste: 500.000

Imputación presupuestaria de la inversión: Capítulo 2

Medios: Radio, prensa, revistas, digital y exterior

Difusión: Nacional **Idioma:** Castellano

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

Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

INSPECCIÓN DE TRABAJO

Objetivo y sentido: INFORMAR SOBRE LA FUNCIÓN Y EL ACCESO A LA INSPECCIÓN DE TRABAJO, SOBRE LA DENUNCIA Y LOS DIFERENTES MÉTODOS DE COMUNICAR IRREGULARIDADES LABORALES AL ORGANISMO ASÍ COMO DESTACAR EL 120 ANIVERSARIO DE LA INSPECCIÓN DE TRABAJO.

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

Coste: 500.000

Imputación presupuestaria de la inversión: Capítulo 2

Medios: Televisión, radio, prensa, revistas, digital, exterior y relaciones públicas

Difusión: Nacional **Idioma:** Castellano

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

Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

MINISTERIO DE TRABAJO Y ECONOMÍA SOCIAL

UNIDAD ADMINISTRADORA DEL FONDO SOCIAL EUROPEO

DÍA DE EUROPA

Objetivo y sentido: DIFUNDIR LAS ACCIONES DEL FONDO SOCIAL EUROPEO Y SUS EFECTOS EN LA CIUDADANÍA Y CONMEMORAR A TRAVÉS DE AQUELLAS EL DÍA DE EUROPA.	
Ejecución: Anual	Periodo de ejecución: El 9 de mayo de 2026
Coste: 1.100	
Imputación presupuestaria de la inversión: Capítulo 2	
Medios: Otras herramientas: nota de prensa	
Difusión: Nacional	Idioma: Castellano
Población objetivo de la campaña: General	



INSTITUTO NACIONAL DE SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO

PREVENCIÓN EN PYMES

Objetivo y sentido: FOMENTAR LA PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES EN PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS, PERSONAS TRABAJADORAS AUTÓNOMAS Y DENTRO DEL SECTOR DEL SERVICIO DE HOGAR FAMILIAR.	
Ejecución: Anual	Periodo de ejecución: Del 1 de septiembre al 31 de diciembre de 2026
Coste: 3.007.990	
Imputación presupuestaria de la inversión: Capítulo 6	
Medios: Televisión, radio, prensa, revistas, digital, exterior, cine, marketing, relaciones públicas y otras herramientas: portal y redes sociales propias, de organismos colaboradores y nota de prensa	
Difusión: Nacional	Idioma: Castellano, catalán, gallego, euskera y valenciano
Población objetivo de la campaña: Empresarios/as y población trabajadora	
Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos	Evaluación: Post-test

30 AÑOS DE LA LEY DE PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES

Objetivo y sentido: GENERAR CONCIENCIA PREVENTIVA EN LA POBLACIÓN GENERAL ESPAÑOLA, PONER EN VALOR LOS AVANCES EN LA PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES EN NUESTRO PAÍS DESDE QUE SE APROBÓ LA LEY 31/1995, DE 8 DE NOVIEMBRE, DE PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES Y PROMOVER EL ENFOQUE DE MEJORA PARA LOS PRÓXIMOS AÑOS, QUE PERMITIRÁ CONSEGUIR UNAS CONDICIONES DE TRABAJO SEGURAS Y SALUDABLES PARA LA POBLACIÓN TRABAJADORA.	
Ejecución: Anual	Periodo de ejecución: Del 1 de septiembre al 31 de diciembre de 2026
Coste: 2.007.990	
Imputación presupuestaria de la inversión: Capítulo 6	
Medios: Televisión, radio, prensa, revistas, digital, exterior, cine, marketing, relaciones públicas y otras herramientas: portal y redes sociales propias, de organismos colaboradores y nota de prensa	
Difusión: Nacional	Idioma: Castellano, catalán, gallego, euskera y valenciano
Población objetivo de la campaña: Empresarios/as y población trabajadora	
Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos	Evaluación: Post-test

MINISTERIO DE TRABAJO Y ECONOMÍA SOCIAL



INSTITUTO NACIONAL DE SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO

PREVENCIÓN DE LA EXPOSICIÓN LABORAL AL POLVO RESPIRABLE DE SÍLICE CRISTALINA (SCR)

Objetivo y sentido: CONCIENCIAR A LAS PERSONAS EMPRESARIAS Y TRABAJADORAS QUE REALIZAN TAREAS CON EXPOSICIÓN A SCR EN LOS SECTORES "FABRICACIÓN DE MATERIALES NO METÁLICOS (CORTE, TALLADO Y MECANIZADO; FUNDICIÓN)", "INDUSTRIA EXTRACTIVA" Y "CONSTRUCCIÓN", DE LOS RIESGOS PARA LA SALUD QUE SUPONE LA EXPOSICIÓN A SÍLICE CRISTALINA RESPIRABLE.

Ejecución: Anual

Periodo de ejecución: Del 1 de septiembre al 31 de diciembre de 2026

Coste: 67.000

Imputación presupuestaria de la inversión: Capítulo 6

Medios: Digital y otras herramientas: portal y redes sociales propias y de organismos colaboradores, cartelería, folletos y nota de prensa

Difusión: Nacional

Idioma: Castellano

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

Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

RIESGOS PSICOSOCIALES Y SALUD MENTAL

Objetivo y sentido: SENSIBILIZAR SOBRE LOS RIESGOS PSICOSOCIALES Y SU IMPACTO EN LA SALUD MENTAL.

Ejecución: Anual

Periodo de ejecución: Del 1 de junio al 31 de diciembre de 2026

Coste: 67.000

Imputación presupuestaria de la inversión: Capítulo 6

Medios: Digital y otras herramientas: portal y redes sociales propias y de organismos colaboradores, cartelería, folletos y nota de prensa

Difusión: Nacional

Idioma: Castellano

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

Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

PREVENCIÓN EN EL SECTOR MARÍTIMO-PESQUERO

Objetivo y sentido: REDUCIR EL NÚMERO Y LA GRAVEDAD DE LOS ACCIDENTES MARÍTIMOS Y OPERACIONALES.

Ejecución: Anual

Periodo de ejecución: Del 1 de marzo al 31 de julio de 2026

Coste: 67.000

Imputación presupuestaria de la inversión: Capítulo 6

Medios: Digital y otras herramientas: portal y redes sociales propias y de organismos colaboradores, cartelería, folletos y nota de prensa

Difusión: Nacional

Idioma: Castellano

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

Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

MINISTERIO DE TRABAJO Y ECONOMÍA SOCIAL



INSTITUTO NACIONAL DE SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO

PREVENCIÓN EN EL SECTOR AGRARIO

Objetivo y sentido: REDUCIR LA SINIESTRALIDAD Y LA GRAVEDAD DE LOS ACCIDENTES EN EL SECTOR AGRARIO MEDIANTE MEDIDAS DE PREVENCIÓN Y PROTECCIÓN FRENTA AL VUELCO DE TRACTOR.

Ejecución: Anual

Periodo de ejecución: Del 1 de marzo al 31 de julio de 2026

Coste: 67.000

Imputación presupuestaria de la inversión: Capítulo 6

Medios: Digital y otras herramientas: portal y redes sociales propias y de organismos colaboradores, cartelería, folletos y nota de prensa

Difusión: Nacional

Idioma: Castellano

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

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 ASÍ COMO SUS ACTIVIDADES A CADA PÚBLICO OBJETIVO.

Ejecución: Plurianual

Periodo de ejecución: Del 1 de febrero de 2026 al 31 de diciembre de 2027

Coste: 2.260.933

Coste Plurianual: 2.260.933

Imputación presupuestaria de la inversión: Capítulo 2

Medios: Televisión, radio, prensa, revistas, digital, exterior, cine y relaciones públicas

Difusión: Nacional

Idioma: Castellano

Población objetivo de la campaña: General y personas desempleadas

Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

Evaluación: Post-test

Observaciones: Campaña sujeta a la transformación del SEPE en Agencia Española de Empleo durante 2026

MINISTERIO DE INDUSTRIA Y TURISMO

SECRETARÍA DE ESTADO DE INDUSTRIA

ORGULLO INDUSTRIAL

Objetivo y sentido: DESTACAR EL PAPEL DE LA INDUSTRIA ESPAÑOLA EN ESTE NUEVO PERÍODO DE REINDUSTRIALIZACIÓN Y LA AUTONOMÍA ESTRATÉGICA EN ESPAÑA Y EN EUROPA, CON EL FOCO PUESTO EN LA COLABORACIÓN PÚBLICO-PRIVADA Y CON EL PROTAGONISMO DE LOS TRABAJADORES. DAR A CONOCER LA POLÍTICA INDUSTRIAL Y DESCRIBIR EL CAMBIO DE MODELO PRODUCTIVO Y EL SALTO HACIA EL "BIEN HECHO" Y EL ORGULLO INDUSTRIAL.	
Ejecución: Anual	Periodo de ejecución: Del 1 de marzo al 31 de diciembre de 2026
Coste: 5.022.990	
Imputación presupuestaria de la inversión: Capítulo 2	
Medios: Televisión, radio, prensa, revistas, digital, exterior, cine, marketing, relaciones públicas y otras herramientas: portal y redes sociales propias	
Difusión: Nacional	Idioma: Castellano, catalán, gallego, euskera y valenciano
Población objetivo de la campaña: General, empresarios/as, estudiantes y población trabajadora	
Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos	Evaluación: Post-test

SECRETARÍA DE ESTADO DE TURISMO

TURISMO SOSTENIBLE

Objetivo y sentido: IMPULSAR LA TRANSFORMACIÓN SOSTENIBLE DEL SECTOR TURÍSTICO, Y DAR A CONOCER LA ESTRATEGIA ESPAÑA TURISMO 2030 QUE ES EL MARCO DE POLÍTICAS PÚBLICAS PARA ESTA TRANSFORMACIÓN, Y QUE INCLUYE UN PLAN DE ACCIONES TRANSVERSALES POR PARTE DEL GOBIERNO DE ESPAÑA.	
Ejecución: Anual	Periodo de ejecución: Del 1 de marzo al 31 de diciembre de 2026
Coste: 5.022.990	
Imputación presupuestaria de la inversión: Capítulo 2	
Medios: Televisión, radio, prensa, revistas, digital, exterior, cine, 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	Evaluación: Post-test



OFICINA ESPAÑOLA DE PATENTES Y MARCAS (OEPM)

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

Objetivo y sentido: SENSIBILIZAR A LA POBLACIÓN ACERCA DE LOS PERJUICIOS ECONÓMICOS, DE SALUD Y SOCIALES QUE SUPONE LA COMPRA DE PRODUCTOS FALSIFICADOS.	
Ejecución: Anual	Periodo de ejecución: Del 1 de noviembre al 31 de diciembre de 2026
Coste: 1.437.990	
Imputación presupuestaria de la inversión: Capítulo 6	
Medios: Televisión, radio, prensa, digital y exterior	
Difusión: Nacional	Idioma: Castellano, catalán, gallego, euskera, valenciano e inglés
Población objetivo de la campaña: General	
Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos	Evaluación: Post-test

MINISTERIO DE INDUSTRIA Y TURISMO



INSTITUTO DE TURISMO DE ESPAÑA (TURESPAÑA)

PROMOCIÓN DE LA VI CONVENCIÓN DE TURESPAÑA

Objetivo y sentido: PROMOVER LA PARTICIPACIÓN DE LOS PROFESIONALES DEL SECTOR TURÍSTICO EN LA VI CONVENCIÓN DE TURESPAÑA.

Ejecución: Anual

Periodo de ejecución: Del 1 de junio al 31 de diciembre de 2026

Coste: 14.990

Imputación presupuestaria de la inversión: Capítulo 6

Medios: Digital y otras herramientas: portal y redes sociales propias y de organismos colaboradores

Difusión: Nacional

Idioma: Castellano

Población objetivo de la campaña: Empresarios/as y profesionales del sector turístico

Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

MINISTERIO DE AGRICULTURA, PESCA Y ALIMENTACIÓN

SUBSECRETARÍA DE AGRICULTURA, PESCA Y ALIMENTACIÓN

DIFUSIÓN DE LA REDSA (RED DE DATOS DE SOSTENIBILIDAD AGRICOLA)

Objetivo y sentido: DAR A CONOCER A LOS ACTORES DEL SECTOR AGRARIO (AGRICULTORES Y GANADEROS, COOPERATIVAS AGRARIAS, TECNICOS, EMPRESAS DE SERVICIOS Y CUALQUIER OTRO OPERADOR DEL SECTOR AGRARIO) LOS RESULTADOS Y LA UTILIDAD DE LA REDSA (RED DE DATOS DE SOSTENIBILIDAD AGRICOLA).

Ejecución: Plurianual

Periodo de ejecución: Del 1 de julio de 2026 al 31 de octubre de 2027

Coste: 26.750

Coste Plurianual: 80.000

Imputación presupuestaria de la inversión: Capítulo 6

Medios: Prensa, revistas y digital

Difusión: Nacional

Idioma: Castellano

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

Medidas accesibilidad: Audiodescripción

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 SEGUR 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.

Ejecución: Plurianual

Periodo de ejecución: Del 18 de noviembre de 2025 al 15 de noviembre de 2026

Coste: 5.584.547

Coste Plurianual: 5.664.547

Imputación presupuestaria de la inversión: Capítulo 6

Medios: Televisión, radio, prensa, revistas, digital, exterior y relaciones públicas

Difusión: Nacional

Idioma: Castellano

Población objetivo de la campaña: General

Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

Evaluación: Post-test

MINISTERIO DE AGRICULTURA, PESCA Y ALIMENTACIÓN

DIRECCIÓN GENERAL DE ALIMENTACIÓN

SABOR A ALIMENTOS DE ESPAÑA

Objetivo y sentido: PROMOCIONAR LOS ALIMENTOS EMBLEMÁTICOS PRODUCIDOS EN NUESTRO PAÍS Y QUE FORMAN PARTE DE NUESTRA GASTRONOMÍA, ESPECIALMENTE LOS PRODUCTOS DE CALIDAD DIFERENCIADA, ECOLÓGICOS Y LOS PROCEDENTES DE LA PESCA Y LA ACUICULTURA. 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. SEGUIR IDENTIFICANDO A ESPAÑA COMO POTENCIA ALIMENTARIA Y EL PAÍS MÁS RICO DEL MUNDO.	
Ejecución: Plurianual	Periodo de ejecución: Del 1 de mayo de 2026 al 1 de octubre de 2027
Coste: 3.584.547	Coste Plurianual: 6.591.062
Imputación presupuestaria de la inversión: Capítulo 6	
Medios: Televisión, radio, prensa, revistas, digital, exterior y relaciones públicas	
Difusión: Nacional	Idioma: Castellano
Población objetivo de la campaña: General	
Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos	Evaluación: Post-test

DIRECCIÓN GENERAL DE DESARROLLO RURAL, INNOVACIÓN Y FORMACIÓN AGROALIMENTARIA

CAMINOS NATURALES "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 ESAS INFRAESTRUCTURAS.	
Ejecución: Anual	Periodo de ejecución: Del 1 de febrero al 31 de diciembre de 2026
Coste: 2.015.990	
Imputación presupuestaria de la inversión: Capítulo 6	
Medios: Televisión, radio, prensa, revistas, digital y exterior	
Difusión: Nacional	Idioma: Castellano, catalán, gallego, euskera y valenciano
Población objetivo de la campaña: General, senderistas, cicloturistas y público de 25 a 54 años con interés en turismo en el medio rural	
Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos	Evaluación: Post-test

PRESENCIA INSTITUCIONAL DE CAMINOS NATURALES EN FITUR 2026

Objetivo y sentido: PARTICIPACIÓN EN FITUR 2026 PARA PROMOCIONAR LA RED DE CAMINOS NATURALES.

Ejecución: Anual	Periodo de ejecución: Del 1 de enero al 31 de diciembre de 2026
Coste: 201.377	
Imputación presupuestaria de la inversión: Capítulo 6	
Medios: Relaciones públicas	
Difusión: Nacional	
Idioma: Castellano	
Población objetivo de la campaña: General	
Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción, lengua de signos y 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, ASÍ COMO LAS NOVEDADES DEL 47º PLAN DE SEGUROS AGRARIOS, APROBADO POR EL GOBIERNO. CONCIENCIAR A LOS AGRICULTORES-AS, GANADEROS-AS, ACUICULTORES/AS, Y PROPIETARIOS/AS FORESTALES DE LA CONVENIENCIA DE ASEGUAR SUS PRODUCCIONES COMO MEDIO PARA ESTABILIZAR SUS RENTAS, GARANTIZAR LA VIABILIDAD DE LAS EXPLOTACIONES AGRARIAS Y MEJORAR SU CAPACIDAD DE RESILIENCIA FRENTA A LOS RIESGOS CLIMÁTICOS.

Ejecución: Anual

Periodo de ejecución: Del 1 de junio al 30 de septiembre de 2026

Coste: 366.000

Imputación presupuestaria de la inversión: Capítulo 2

Medios: Televisión, radio, prensa, revistas y digital

Difusión: Nacional

Idioma: Castellano, catalán, gallego, euskera y valenciano

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

Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos



FONDO ESPAÑOL DE GARANTÍA AGRARIA (FEWA)

AYUDAS PAC 2026

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 Y LLAMAR A LA ACCIÓN PARA QUE SOLICITEN LAS AYUDAS (APERTURA DEL PLAZO).

Ejecución: Anual

Periodo de ejecución: Del 1 de febrero al 30 de abril de 2026

Coste: 310.825

Imputación presupuestaria de la inversión: Capítulo 2

Medios: Radio, prensa, revistas y digital

Difusión: Nacional

Idioma: Castellano, catalán, gallego, euskera y valenciano

Población objetivo de la campaña: General, agricultores/as y ganaderos/as

Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

Evaluación: Post-test



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, 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: 1.997.889

Coste Plurianual: 7.648.760

Imputación presupuestaria de la inversión: Capítulo 2

Medios: Televisión, radio, prensa, revistas, digital, 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

DIRECCIÓN GENERAL DE LA ADMINISTRACIÓN GENERAL DEL ESTADO EN EL TERRITORIO

LACT, LA ADMINISTRACIÓN CERCA DE TÍ

Objetivo y sentido: DAR A CONOCER EL SERVICIO LACT A PERSONAS JÓVENES, ASÍ COMO A COLECTIVOS QUE, POR DISTINTAS CIRCUNSTANCIAS, PUEDAN TENER DIFICULTADES PARA ACCEDER A LOS SERVICIOS DE LA ADMINISTRACIÓN GENERAL DEL ESTADO. LACT ES UN SERVICIO A CARGO DE LAS DELEGACIONES DEL GOBIERNO PUESTO EN MARCHA EN NOVIEMBRE 2022 CON EL OBJETIVO DE ACERCAR LOS SERVICIOS DE LA AGE A LA CIUDADANÍA QUE RESIDE EN MUNICIPIOS QUE CARECEN DE SEDES FÍSICAS DE LA DE LA AGE SIN TENER QUE DESPLAZARSE DE SUS LOCALIDADES DE RESIDENCIA.

Ejecución: Anual

Periodo de ejecución: Del 1 de abril al 31 de diciembre de 2026

Coste: 500.000

Imputación presupuestaria de la inversión: Capítulo 2

Medios: Radio, digital y exterior

Difusión: Nacional

Idioma: Castellano, catalán, gallego, euskera y valenciano

Población objetivo de la campaña: Estudiantes, tercera edad, población trabajadora, población en centros educativos y sedes de distinta índole (residencias de ancianos, asociaciones que trabajan con colectivos en situación de vulnerabilidad, centros penitenciarios, asociaciones profesionales, etc.)

Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

MINISTERIO DE POLÍTICA TERRITORIAL Y MEMORIA DEMOCRÁTICA**COMISIONADO ESPECIAL PARA LA RECONSTRUCCIÓN
Y REPARACIÓN DE LOS DAÑOS PROVOCADOS POR LA DANA****RECONSTRUYENDO JUNTOS: RESPUESTA Y RECUPERACIÓN FRENTE A LA DANA**

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

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

Coste: 3.415.000

Imputación presupuestaria de la inversión: Capítulo 2

Medios: Televisión, radio, prensa, revistas, digital, exterior y otras herramientas: branded content

Difusión: Autonómica **Idioma:** Castellano y valenciano

Población objetivo de la campaña: General 16+, ciudadanía y empresas afectadas por los daños provocados por la DANA.

Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos **Evaluación:** Post-test

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

Objetivo y sentido: INFORMAR Y SENSIBILIZAR A LA POBLACIÓN DEL ÁREA DE INFLUENCIA SOCIOECONÓMICA DEL ESPACIO NATURAL DE DOÑANA (SEVILLA, HUELVA Y CÁDIZ) SOBRE LA SITUACIÓN DE DOÑANA Y LA IMPORTANCIA DE CUIDAR EL ECOSISTEMA.

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

Coste: 787.500

Imputación presupuestaria de la inversión: Capítulo 6

Medios: Televisión, radio, prensa, revistas, digital, exterior, cine y relaciones públicas

Difusión: Regional **Idioma:** Castellano

Población objetivo de la campaña: General

Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos **Evaluación:** Post-test

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 2026

Coste: 557.500

Imputación presupuestaria de la inversión: Capítulo 6

Medios: Televisión, radio, prensa, revistas, digital, exterior, cine y relaciones públicas

Difusión: Autonómica **Idioma:** Castellano

Población objetivo de la campaña: General

Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos **Evaluación:** Post-test

MINISTERIO PARA LA TRANSICIÓN ECOLÓGICA Y EL RETO DEMOGRÁFICO

DIRECCIÓN GENERAL DE SERVICIOS

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

Objetivo y sentido: PROMOCIONAR EL EMPLEO PÚBLICO ENTRE EL ALUMNADO UNIVERSITARIO, JÓVENES RECIÉN LICENCIADOS, PERSONAS EN DESEMPLEO CON TITULACIONES REQUERIDAS Y PERSONAS DE MEDIANA EDAD EN BÚSQUEDA DE MEJORAS LABORALES.
Ejecución: Anual Periodo de ejecución: Del 1 de marzo al 31 de octubre de 2026
Coste: 85.000
Imputación presupuestaria de la inversión: Capítulo 2
Medios: Radio, revistas, digital y exterior
Difusión: Nacional Idioma: Castellano
Población objetivo de la campaña: Estudiantes, alumnado universitario, jóvenes recién licenciados, personas en desempleo con titulaciones requeridas y personas de mediana edad en búsqueda de mejoras laborales
Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

SECRETARÍA DE ESTADO DE ENERGÍA

CONOCE EL BONO SOCIAL

Objetivo y sentido: INFORMAR A LOS POTENCIALES BENEFICIARIOS ACERCA DE LA EXISTENCIA DEL BONO SOCIAL Y DE LAS FÓRMULAS PARA INFORMARSE SOBRE SI PUEDEN SER BENEFICIARIOS.
Ejecución: Anual Periodo de ejecución: Del 1 de septiembre al 31 de diciembre de 2026
Coste: 1.010.000
Imputación presupuestaria de la inversión: Capítulo 2
Medios: Televisión, radio y digital
Difusión: Nacional Idioma: Castellano, catalán, gallego, euskera y valenciano
Población objetivo de la campaña: General, tercera edad y población trabajadora
Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos Evaluación: Post-test



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

LA TRANSICIÓN ENERGÉTICA EN ESPAÑA

Objetivo y sentido: DAR A CONOCER LOS BENEFICIOS DE LAS ENERGÍAS RENOVABLES PARA LAS PERSONAS, LAS EMPRESAS Y TODA LA SOCIEDAD, ASÍ COMO EL PAPEL DEL IDAE EN ESTA TRANSFORMACIÓN CLAVE PARA EL FUTURO.
Ejecución: Anual Periodo de ejecución: Del 15 de septiembre al 30 de noviembre de 2026
Coste: 3.872.000
Imputación presupuestaria de la inversión: Sociedad estatal. Su presupuesto no se ajusta a la clasificación económica de los PGE
Medios: Televisión, radio, prensa, revistas, digital, exterior, cine y marketing
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



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

LAS PERSONAS, EN EL CENTRO DE LA TRANSICIÓN ENERGÉTICA

Objetivo y sentido: DIFUNDIR LA IMPORTANCIA DE LA TRANSICIÓN ENERGÉTICA Y EL PAPEL DE LA CIUDADANÍA EN LA MISMA A TRAVÉS DE LAS ACTUACIONES QUE PUEDE LLEVAR A CABO Y DE LOS BENEFICIOS QUE SE OBTIENEN Y QUE INCIDEN EN EL BIENESTAR GENERAL DE LA POBLACIÓN. DAR A CONOCER LAS ACTUACIONES PUESTAS EN MARCHA POR EL IDAE.

Ejecución: Anual

Periodo de ejecución: Del 15 de marzo al 15 de junio de 2026

Coste: 2.208.250

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

Medios: Televisión, radio, prensa, revistas, digital, 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



INSTITUTO PARA LA TRANSICIÓN JUSTA

APOYO A LOS MUNICIPIOS DE MENOS DE 5.000 HABITANTES EN LA PREVENCIÓN DE INCENDIOS FORESTALES

Objetivo y sentido: FORTALECER LA PLANIFICACIÓN MUNICIPAL DE PREVENCIÓN DE INCENDIOS EN EL MARCO DEL PACTO DE ESTADO POR LA EMERGENCIA CLIMÁTICA. LA CAMPAÑA ESTÁ DIRIGIDA A MUNICIPIOS DE MENOS DE 5.000 HABITANTES, QUE PODRÁN SOLICITAR AYUDAS PARA EL DESARROLLO DE SU PLAN DE PREVENCIÓN DE INCENDIOS.

Ejecución: Anual

Periodo de ejecución: Del 1 de mayo al 30 de noviembre de 2026

Coste: 350.000

Imputación presupuestaria de la inversión: Capítulo 2

Medios: Televisión, radio, prensa, revistas y digital

Difusión: Nacional

Idioma: Castellano

Población objetivo de la campaña: General y población de pequeños municipios, habitantes en zonas de transición justa

Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

DIRECCIÓN GENERAL DEL AGUA

CENTENARIO DE LA CREACIÓN DE LAS CONFEDERACIONES HIDROGRÁFICAS

Objetivo y sentido: COINCIDIENDO CON EL CENTENARIO DE LA CREACIÓN DE LAS CONFEDERACIONES HIDROGRÁFICAS, EL OBJETIVO DE LA CAMPAÑA ES INFORMAR SOBRE EL FUNCIONAMIENTO DE ESTOS ORGANISMOS PÚBLICOS, LOS SERVICIOS PÚBLICOS QUE PRESTAN, LOS DERECHOS CIUDADANOS QUE DEFIENDEN Y LOS DEBERES CIUDADANOS NECESARIOS PARA CUMPLIR SUS FUNCIONES.

Ejecución: Anual

Periodo de ejecución: Del 1 de enero al 31 de diciembre de 2026

Coste: 650.000

Imputación presupuestaria de la inversión: Capítulo 6

Medios: Radio, prensa, revistas, digital, exterior y relaciones públicas

Difusión: Nacional

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 CANTÁBRICO

ACTUALIDAD DE LA CONFEDERACIÓN HIDROGRÁFICA DEL CANTÁBRICO

Objetivo y sentido: INFORMAR A LA CIUDADANÍA SOBRE LA ACTIVIDAD DE INTERÉS PÚBLICO EN EL MARCO DE LA CUENCA HIDROGRÁFICA DEL CANTÁBRICO.	
Ejecución: Anual	Periodo de ejecución: Del 1 de marzo al 30 de noviembre de 2026
Coste: 47.955	
Imputación presupuestaria de la inversión: Capítulo 2	
Medios: Televisión, radio, prensa, revistas, digital, exterior, cine, marketing, relaciones públicas y otras herramientas: portal y redes sociales propias y de organismos colaboradores, cartelería y folletos	
Difusión: Regional	Idioma: Castellano, gallego y euskera
Población objetivo de la campaña: General	
Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos	



CONFEDERACIÓN HIDROGRÁFICA DEL GUADALQUIVIR

ACTUALIDAD DE LA CONFEDERACIÓN HIDROGRÁFICA DEL GUADALQUIVIR

Objetivo y sentido: INFORMAR SOBRE LA ACTIVIDAD DE INTERÉS PÚBLICO EN EL MARCO DE LA CONFEDERACIÓN HIDROGRÁFICA DEL GUADALQUIVIR.	
Ejecución: Anual	Periodo de ejecución: Del 1 de enero al 31 de diciembre de 2026
Coste: 72.600	
Imputación presupuestaria de la inversión: Capítulo 2	
Medios: Televisión, radio, prensa, revistas, digital, exterior, cine, marketing y relaciones públicas	
Difusión: Autonómica	Idioma: Castellano
Población objetivo de la campaña: General	
Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos	



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 EN LA PARTE ESPAÑOLA: CONCIENCIACIÓN SOBRE EL USO DEL AGUA; CONTROL DE LA ESPECIE EXÓTICA INVASORA, NENÚFAR MEJICANO, ASÍ COMO LA DIFUSIÓN DE LAS ACTUACIONES COFINANCIADAS CON FONDOS EUROPEOS;	
Ejecución: Plurianual	Periodo de ejecución: Del 1 de mayo de 2026 al 30 de junio de 2027
Coste: 80.000	Coste Plurianual: 180.000
Imputación presupuestaria de la inversión: Capítulo 6	
Medios: Televisión, radio, prensa, digital y exterior	
Difusión: Autonómica	Idioma: Castellano
Población objetivo de la campaña: General, agricultores/as, propietarios/as forestales y acuicultores/as	
Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos	Evaluación: Pre-test y post-test

MINISTERIO PARA LA TRANSICIÓN ECOLÓGICA Y EL RETO DEMOGRÁFICO

CHMS

CONFEDERACIÓN
HIDROGRÁFICA
DEL MIÑO-SIL

CONFEDERACIÓN HIDROGRÁFICA DEL MIÑO-SIL

ACTIVIDAD DE LA CONFEDERACION HIDROGRÁFICA DEL MIÑO-SIL

Objetivo y sentido: VISIBILIZAR LA ACTIVIDAD DE LOS ORGANISMOS DE CUENCA, RESPONSABLES DE GESTIONAR Y PROTEGER EL AGUA EN CADA DEMARCACIÓN, FOMENTANDO EL RESPETO POR ESTE RECURSO FUNDAMENTAL PARA LA VIDA Y ACERCAR EL ORGANISMO A LA CIUDADANÍA.

Ejecución: Anual

Periodo de ejecución: Del 15 de mayo al 30 de noviembre de 2026

Coste: 60.000

Imputación presupuestaria de la inversión: Capítulo 2

Medios: Televisión, radio, prensa, revistas, digital, exterior, cine, marketing y otras herramientas: portal y redes sociales propias, cartelería y folletos

Difusión: Regional

Idioma: Castellano y gallego

Población objetivo de la campaña: General

Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos



CONFEDERACIÓN HIDROGRÁFICA DEL SEGURA

LA ACTUALIDAD EN LA CONFEDERACIÓN HIDROGRÁFICA DEL SEGURA, O.A.

Objetivo y sentido: CAMPAÑA DIRIGIDA A LA CIUDADANÍA DE LA CUENCA DEL SEGURA, EN EL MARCO DE LA EDUCACIÓN AMBIENTAL Y EL CUIDADO DE LOS BIENES PÚBLICOS, QUE TIENE POR OBJETO CONCIENCIAR SOBRE LA IMPORTANCIA DE PROTEGER LOS RECURSOS HÍDRICOS Y MANTENER EL ESPACIO PÚBLICO EN BENEFICIO DE TODA LA COMUNIDAD.

Ejecución: Anual

Periodo de ejecución: Del 15 de enero al 30 de diciembre de 2026

Coste: 174.104

Imputación presupuestaria de la inversión: Capítulo 2

Medios: Televisión, radio, prensa, revistas y digital

Difusión: Autonómica

Idioma: Castellano

Población objetivo de la campaña: General

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 30 de noviembre de 2026

Coste: 80.000

Imputación presupuestaria de la inversión: Capítulo 6

Medios: Televisión, radio, prensa, revistas, digital, exterior, cine 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



MANCOMUNIDAD DE LOS CANALES DEL TAIBILLA (MCT)

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

Objetivo y sentido: DAR A CONOCER A LA POBLACIÓN LA LABOR QUE REALIZA EL ORGANISMO, PARA GARANTIZAR EL ABASTECIMIENTO DE AGUA POTABLE EN SU ÁMBITO GEOGRÁFICO DE ACTUACIÓN.
Ejecución: Anual Periodo de ejecución: Del 1 de marzo al 15 de diciembre de 2026
Coste: 43.000
Imputación presupuestaria de la inversión: Capítulo 2
Medios: Televisión, radio, prensa, revistas, digital, exterior, cine, marketing, relaciones públicas y otras herramientas: organismos colaboradores
Difusión: Regional Idioma: Castellano
Población objetivo de la campaña: General
Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos



OFICINA ESPAÑOLA DEL CAMBIO CLIMÁTICO

CONCIENCIACIÓN SOBRE CAMBIO CLIMÁTICO

Objetivo y sentido: INFORMAR Y SENSIBILIZAR A LA SOCIEDAD SOBRE EL CAMBIO CLIMÁTICO Y LA IMPORTANCIA DE LAS ACCIONES PARA ADAPTARNOS A ÉL Y MITIGARLO.
Ejecución: Plurianual Periodo de ejecución: Del 1 de febrero de 2025 al 30 de noviembre de 2026
Coste: 1.707.500 Coste Plurianual: 2.055.593
Imputación presupuestaria de la inversión: Capítulo 6
Medios: Televisión, radio, revistas, digital, exterior, cine, 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 Evaluación: Post-test

DIRECCIÓN GENERAL DE CALIDAD Y EVALUACIÓN AMBIENTAL

CONCIENCIACIÓN EN MATERIA DE RESIDUOS DOMÉSTICOS

Objetivo y sentido: CONTRIBUIR A UNA MEJORA EN EL PORCENTAJE DE RECOGIDA SEPARADA DE ESTOS RESIDUOS, Y SUS POSTERIORES TASAS DE RECICLADO Y, EN CONSECUENCIA, A UNA EFECTIVA IMPLANTACIÓN DE LA NORMATIVA NACIONAL EN MATERIA DE RESIDUOS.
Ejecución: Plurianual Periodo de ejecución: Del 1 de diciembre de 2025 al 30 de noviembre de 2026
Coste: 1.678.638 Coste Plurianual: 1.678.638
Imputación presupuestaria de la inversión: Capítulo 6
Medios: Televisión, radio, prensa, revistas, digital, exterior y cine
Difusión: Nacional Idioma: Castellano, catalán, gallego, euskera, valenciano e inglés
Población objetivo de la campaña: General
Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos Evaluación: Post-test

MINISTERIO PARA LA TRANSICIÓN ECOLÓGICA Y EL RETO DEMOGRÁFICO

DIRECCIÓN GENERAL DE BIODIVERSIDAD, BOSQUES Y DESERTIFICACIÓN

CONCIENCIACIÓN CIUDADES VERDES, CIUDADES VIVAS

Objetivo y sentido: CONCIENCIAR SOBRE LA IMPORTANCIA DE PRESERVAR Y RECUPERAR LOS ESPACIOS VERDES URBANOS PARA GARANTIZAR LA BIODIVERSIDAD Y MEJORAR LA CALIDAD DE VIDA EN LAS CIUDADES.	
Ejecución: Anual	Periodo de ejecución: Del 1 de marzo al 30 de noviembre de 2026
Coste: 824.000	
Imputación presupuestaria de la inversión: Capítulo 6	
Medios: Televisión, radio, prensa, revistas, digital, exterior, cine, marketing y relaciones públicas	
Difusión: Nacional	Idioma: Castellano, catalán, gallego, euskera y valenciano
Población objetivo de la campaña: General y grandes ciudades	
Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos	Evaluación: Post-test
Observaciones: Cofinanciada con fondos FEDER	

NATURALEZA VIVA

Objetivo y sentido: PONER EN VALOR LA NATURALEZA COMO BIEN COMÚN ESENCIAL PARA LA VIDA, EL EQUILIBRIO ECOLÓGICO Y EL DESARROLLO.	
Ejecución: Anual	Periodo de ejecución: Del 7 de enero al 30 de junio de 2026
Coste: 706.000	
Imputación presupuestaria de la inversión: Capítulo 6	
Medios: Radio, prensa, revistas, digital y exterior	
Difusión: Nacional	Idioma: Castellano, catalán, gallego, euskera y valenciano
Población objetivo de la campaña: General	
Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos	Evaluación: Post-test
Observaciones: Financiada con fondos PRTR	

SENSIBILIZACIÓN SOBRE PREVENCIÓN DE INCENDIOS FORESTALES

Objetivo y sentido: SENSIBILIZACIÓN E INCIDENCIA SOBRE LA PROBLEMÁTICA DE LOS INCENDIOS FORESTALES PARA FOMENTAR UNA GESTIÓN EFICAZ Y UN COMPORTAMIENTO RESPONSABLE.	
Ejecución: Plurianual	Periodo de ejecución: Del 1 de marzo de 2026 al 31 de julio de 2027
Coste: 606.000	Coste Plurianual: 2.324.775
Imputación presupuestaria de la inversión: Capítulo 6	
Medios: Televisión, radio, prensa, revistas, digital, exterior, cine, marketing, relaciones públicas y otras herramientas: organismos colaboradores, cartelería y folletos	
Difusión: Nacional	Idioma: Castellano, catalán, gallego, euskera y valenciano
Población objetivo de la campaña: General, agricultores/as, ganaderos/as, propietarios/as forestales, acuicultores/as y población de pequeños municipios	
Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos	Evaluación: Post-test
Observaciones: Cofinanciada con fondos FEDER	

MINISTERIO PARA LA TRANSICIÓN ECOLÓGICA Y EL RETO DEMOGRÁFICO

COMISIONADO PARA LA ECONOMÍA CIRCULAR

CONCIENCIACIÓN SOBRE ECONOMÍA CIRCULAR

Objetivo y sentido: CONCIENCIAR A LAS NUEVAS GENERACIONES SOBRE LOS BENEFICIOS DE LA ECONOMÍA CIRCULAR EN LAS CONDUCTAS DE CONSUMO, EN CLAVE DE BIENESTAR Y SOSTENIBILIDAD.	
Ejecución: Plurianual	Periodo de ejecución: Del 1 de marzo de 2026 al 30 de noviembre de 2027
Coste: 315.000	Coste Plurianual: 1.515.000
Imputación presupuestaria de la inversión: Capítulo 6	
Medios: Televisión, digital, exterior y cine	
Difusión: Nacional	Idioma: Castellano, catalán, gallego, euskera y valenciano
Población objetivo de la campaña: Infantil/juvenil	
Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos	Evaluación: Post-test



AGENCIA ESTATAL DE METEOROLOGÍA

SENSIBILIZACIÓN SOBRE SERVICIOS PRESTADOS AEMET A LA SOCIEDAD

Objetivo y sentido: DAR A CONOCER EL SERVICIO QUE PRESTA LA AGENCIA ESTATAL DE METEOROLOGÍA A LA SOCIEDAD.	
Ejecución: Plurianual	Periodo de ejecución: Del 1 de marzo de 2026 al 30 de noviembre de 2027
Coste: 350.000	Coste Plurianual: 1.998.410
Imputación presupuestaria de la inversión: Organismo público cuyo presupuesto no se ajusta a la clasificación económica de los PGE	
Medios: Televisión, radio, prensa, revistas, digital, 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	



FUNDACIÓN BIODIVERSIDAD

LOS VALORES NATURALES DEL MEDIO MARINO, SUS BENEFICIOS
Y LOS AVANCES EN SU CONSERVACIÓN

Objetivo y sentido: LA IMPORTANCIA DE CONSERVAR Y RESTAURAR LOS ESPACIOS MARINOS PROTEGIDOS	
Ejecución: Anual	Periodo de ejecución: Del 1 de enero al 30 de junio de 2026
Coste: 332.796	
Imputación presupuestaria de la inversión: Fundación del Sector Público Estatal. Su presupuesto no se ajusta a la clasificación económica de los PGE	
Medios: Televisión, Prensa, revistas, digital, exterior y cine	
Difusión: Nacional	Idioma: Castellano, catalán, gallego y euskera
Población objetivo de la campaña: General, estudiantes, infantil/juvenil, tercera edad y población trabajadora	
Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos	
Observaciones: Financiada con fondos del programa LIFE	

MINISTERIO PARA LA TRANSICIÓN ECOLÓGICA Y EL RETO DEMOGRÁFICO

DIRECCIÓN GENERAL DE POLÍTICAS CONTRA LA DESPOBLACIÓN

DIFUSIÓN PROGRAMA CAMPUS RURAL 2026

Objetivo y sentido: RESALTAR LAS OPORTUNIDADES QUE EL PROGRAMA OFRECE PARA EL DESARROLLO RURAL, ASÍ COMO LAS VENTAJAS COMPETITIVAS QUE PUEDEN OBTENER LOS/AS ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS/AS Y LAS ENTIDADES PÚBLICAS Y PRIVADAS AL PARTICIPAR EN EL MISMO. DE ESTA FORMA, SE PRETENDE AUMENTAR LA VISIBILIDAD DEL PROGRAMA Y AMPLIAR SU ALCANCE, CON EL FIN DE QUE MÁS ESTUDIANTES, EMPRESAS Y ENTIDADES CONOZCAN SUS BENEFICIOS, SE SUMEN A ESTA INICIATIVA Y SE OFERTEN UN MAYOR NÚMERO DE PRÁCTICAS FORMATIVAS A LOS/AS ESTUDIANTES DE LAS UNIVERSIDADES PÚBLICAS ESPAÑOLAS.

Ejecución: Anual

Periodo de ejecución: Del 16 de marzo al 30 de noviembre de 2026

Coste: 550.000

Imputación presupuestaria de la inversión: Capítulo 2

Medios: Radio, prensa, digital y exterior

Difusión: Nacional

Idioma: Castellano

Población objetivo de la campaña: Empresarios/as y alumnado universitario

Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

MINISTERIO DE VIVIENDA Y AGENDA URBANA

SUBSECRETARÍA

PLAN DE ACCIONES DE COMUNICACIÓN SOBRE SERVICIOS DE INTERÉS PÚBLICO QUE INFUEN 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 2026

Coste: 3.508.410

Imputación presupuestaria de la inversión: Capítulo 6

Medios: Televisión, radio, prensa, revistas, digital, exterior, cine y otras herramientas: portal y redes sociales propias

Difusión: Nacional

Idioma: Castellano, catalán, gallego, euskera y valenciano

Población objetivo de la campaña: General

Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

Evaluación: Post-test



CASA 47 ENTIDAD PÚBLICA EMPRESARIAL

ACCIONES DE COMUNICACIÓN EN MATERIA DE VIVIENDA

Objetivo y sentido: INFORMAR ACERCA DE LA GESTIÓN DEL PARQUE ESTATAL DE VIVIENDA ASEQUIBLE, IMPULSANDO EL CONOCIMIENTO DE TODAS AQUELLAS MEDIDAS ADOPTADAS DESDE EL MINISTERIO DE VIVIENDA Y AGENDA URBANA.

Ejecución: Anual

Periodo de ejecución: Del 1 de enero al 31 de diciembre de 2026

Coste: 2.008.410

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

Medios: Televisión, radio, prensa, revistas, digital, exterior y otras herramientas: portal, redes sociales propias y folletos

Difusión: Nacional

Idioma: Castellano, catalán, gallego, euskera y valenciano

Población objetivo de la campaña: General

Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

Evaluación: Post-test

MINISTERIO DE CULTURA

SECRETARÍA DE ESTADO DE CULTURA

ESTATUTO DEL ARTISTA

Objetivo y sentido: DAR A CONOCER AL PÚBLICO GENERAL, CON ESPECIAL RELEVANCIA AL SECTOR CULTURAL, LOS AVANCES Y LAS NUEVAS MEDIDAS QUE SE HAN INCORPORADO AL ESTATUTO DEL ARTISTA. PRIORIZAR QUE LOS TRABAJADORES DE LA CULTURA ESTÉN BIEN INFORMADOS DE SUS DERECHOS Y DE LAS NOVEDADES QUE LES AFECTAN EN SU ÁMBITO LABORAL.	
Ejecución: Anual	Periodo de ejecución: Del 25 de abril al 31 de diciembre de 2026
Coste: 60.000	
Imputación presupuestaria de la inversión: Capítulo 2	
Medios: Digital y otras herramientas: portal y redes sociales propias, de organismos colaboradores, cartelería y folletos	
Difusión: Nacional	Idioma: Castellano, catalán, gallego, euskera y valenciano
Población objetivo de la campaña: General, profesionales del sector cine, operadores culturales y personas creativas españolas	
Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos	

DIRECCIÓN GENERAL DE DERECHOS CULTURALES

PROMOCIÓN DEL BONO CULTURAL JOVEN 2026

Objetivo y sentido: DAR A CONOCER LAS AYUDAS, ANIMAR A LOS BENEFICIARIOS/AS A SOLICITARLAS, Y DE ESTE MODO, CONTRIBUIR A GENERAR NUEVOS HÁBITOS DE CONSUMO CULTURAL, AFIANZAR LOS EXISTENTES, Y CREAR NUEVOS PÚBLICOS. CONTINUAR EN LA SENDA DEL AUMENTO DE SOLICITUDES ENTRE LAS POTENCIALES PERSONAS BENEFICIARIAS.	
Ejecución: Anual	Periodo de ejecución: Del 15 de marzo al 31 de diciembre de 2026
Coste: 4.700.000	
Imputación presupuestaria de la inversión: Capítulos 2 y 6	
Medios: Televisión, radio, prensa, revistas, digital, 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	

EN DEFENSA DE LOS DERECHOS DE PROPIEDAD INTELECTUAL, LA DIVERSIDAD CULTURAL Y LOS DERECHOS DE LOS CREADORES/AS Y DEMÁS PROFESIONALES DEL SECTOR

Objetivo y sentido: SENSIBILIZAR Y CONCIENCIAR A LA SOCIEDAD ESPAÑOLA SOBRE EL PAPEL CENTRAL QUE DESEMPEÑAN LOS DERECHOS DE PROPIEDAD INTELECTUAL EN LA CREACIÓN ARTÍSTICA. GARANTIZAR EL FUTURO DE LA CULTURA, LA DIVERSIDAD CULTURAL Y LOS DERECHOS DE CREADORES/AS Y DEMÁS PROFESIONALES DEL SECTOR.	
Ejecución: Anual	Periodo de ejecución: Del 1 de octubre al 31 de diciembre de 2026
Coste: 100.000	
Imputación presupuestaria de la inversión: Capítulo 2	
Medios: Digital	
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

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

Objetivo y sentido: DIFUSIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE ASESORAMIENTO Y CAPACITACIÓN DE LAS OFICINAS DE EUROPA CREATIVA Y EL PUNTO EUROPEO DE CIUDADANÍA SOBRE LAS CONVOCATORIAS PUBLICADAS POR LA COMISIÓN EUROPEA, RELATIVAS A DICHOS PROGRAMAS.

Ejecución: Anual **Periodo de ejecución:** Del 9 de enero al 31 de diciembre de 2026

Coste: 4.000

Imputación presupuestaria de la inversión: Capítulo 2

Medios: Otras herramientas: portal y redes sociales propias

Difusión: Nacional **Idioma:** Castellano

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

Medidas accesibilidad: Subtitulación

Observaciones: Cofinanciada con fondos Europa Creativa y CERV

ACTIVIDADES DEL PROGRAMA CULTURA Y CIUDADANÍA

Objetivo y sentido: DIFUSIÓN DE LAS CONVOCATORIAS DE DIVERSOS PROYECTOS COMO RURAL EXPERIMENTA V, AGENTES DE RURAL EXPERIMENTA V, IX FORO CULTURA Y RURALIDADES, APERTURA DE INSCRIPCIONES DEL FORO CULTURA Y RURALIDADES, STREAMING DEL FORO CULTURA Y RURALIDADES Y CONVOCATORIA LIBRO CULTURA Y CIUDADANÍA.

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

Coste: 3.000

Imputación presupuestaria de la inversión: Capítulo 2

Medios: Otras herramientas: portal y redes sociales propias

Difusión: Nacional **Idioma:** Castellano

Población objetivo de la campaña: General

Medidas accesibilidad: Subtitulación

DIRECCIÓN GENERAL DEL LIBRO, DEL CÓMIC Y DE LA LECTURA

FOMENTO DE LA LECTURA

Objetivo y sentido: AUMENTAR LOS ÍNDICES DE LECTURA DE LA CIUDADANÍA ESPAÑOLA Y RESIDENTE EN ESPAÑA, CON ESPECIAL HINCÁPIÉ EN LOS SECTORES DE LA POBLACIÓN QUE AFIRMAN "NO LEER NUNCA O CASI NUNCA", SEGÚN LA ENCUESTA DE HÁBITOS CULTURALES. DAR A CONOCER LAS FUNCIONES Y LOS SERVICIOS QUE OFRECEN LAS BIBLIOTECAS PÚBLICAS COMO ESPACIOS ESENCIALES QUE GARANTIZAN EL DERECHO A LA LECTURA.

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

Coste: 3.300.000

Imputación presupuestaria de la inversión: Capítulos 2 y 6

Medios: Televisión, radio, prensa, revistas, digital, 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 CULTURA

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

06 OCT - DÍA DEL CINE ESPAÑOL 2026

Objetivo y sentido: DAR VISIBILIDAD A LA EFEMÉRIDE DE RECENTE CREACIÓN QUE EN 2026 LLEGA A SU QUINTA EDICIÓN. 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 1 de noviembre de 2026**Coste:** 18.000**Imputación presupuestaria de la inversión:** Capítulo 2**Medios:** Revistas y otras herramientas: portal y redes sociales propias**Difusión:** Nacional**Idioma:** Castellano**Población objetivo de la campaña:** General y profesionales del sector cine**Medidas accesibilidad:** Rotulación

CINE ESCUELA 2026

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

Ejecución: Anual**Periodo de ejecución:** Del 1 de enero al 31 de diciembre de 2026**Coste:** 18.000**Imputación presupuestaria de la inversión:** Capítulo 2**Medios:** Revistas, digital y otras herramientas: portal y redes sociales propias**Difusión:** Nacional**Idioma:** Castellano**Población objetivo de la campaña:** General y profesionales del sector cine**Medidas accesibilidad:** Rotulación

PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN DE LA CINEMATOGRAFÍA ESPAÑOLA 2026

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

Ejecución: Anual**Periodo de ejecución:** Del 1 de enero al 31 de diciembre de 2026**Coste:** 18.000**Imputación presupuestaria de la inversión:** Capítulo 2**Medios:** Revistas, cine y otras herramientas: portal y redes sociales propias**Difusión:** Nacional**Idioma:** Castellano**Población objetivo de la campaña:** General y profesionales del sector cine**Medidas accesibilidad:** Rotulación

MINISTERIO DE CULTURA

INSTITUTO DE LA CINEMATOGRAFÍA
Y DE LAS ARTES AUDIOVISUALES (ICAA)PROGRAMACIÓN DE LA FILMOTECA ESPAÑOLA
Y DIFUSIÓN DE EFEMÉRIDES E HITOS DEL CINE ESPAÑOL EN 2026

Objetivo y sentido: 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 2026: 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 2026

Coste: 12.500

Imputación presupuestaria de la inversión: Capítulo 2

Medios: Revistas, digital, cine y otras herramientas: portal y redes sociales propias

Difusión: Nacional

Idioma: Castellano

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

Medidas accesibilidad: Rotulación

PREMIO NACIONAL DE CINEMATOGRAFÍA 2026

Objetivo y sentido: DIFUSIÓN DEL PREMIO NACIONAL DE CINEMATOGRAFÍA 2026, 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 1 de octubre de 2026

Coste: 12.000

Imputación presupuestaria de la inversión: Capítulo 6

Medios: Revistas, cine y otras herramientas: portal y redes sociales propias

Difusión: Nacional

Idioma: Castellano

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

Medidas accesibilidad: Rotulación

PREMIOS GOYA

Objetivo y sentido: ACCIONES ORIENTADAS A LA DIFUSIÓN DE LOS PREMIOS GOYA 2026, 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 28 de febrero de 2026

Coste: 11.000

Imputación presupuestaria de la inversión: Capítulo 2

Medios: Revistas, digital y otras herramientas: portal y redes sociales propias

Difusión: Nacional

Idioma: Castellano

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

Medidas accesibilidad: Rotulación

MINISTERIO DE ECONOMÍA, COMERCIO Y EMPRESA

SUBSECRETARÍA

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

Objetivo y sentido: MOSTRAR EL PAPEL TRANSFORMADOR JUGADO POR LOS FONDOS DEL PRTR EN SECTORES RELEVANTES DE LA ECONOMÍA ESPAÑOLA, AUMENTANDO LA PRODUCTIVIDAD Y EL CRECIMIENTO POTENCIAL Y PERMITIENDO AVANZAR HACIA UN PAÍS MÁS VERDE, DIGITAL E INCLUSIVO.

Ejecución: Anual

Periodo de ejecución: Del 1 de enero al 31 de diciembre de 2026

Coste: 2.000.000

Imputación presupuestaria de la inversión: Capítulo 2

Medios: Televisión, radio, prensa, digital y exterior

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

Evaluación: Post-test

APOYO A LAS EMPRESAS ESPAÑOLAS EN EL CONTEXTO ECONÓMICO Y COMERCIAL INTERNACIONAL

Objetivo y sentido: EN UN CONTEXTO ECONÓMICO INTERNACIONAL COMPLEJO, DIFUNDIR VALORES Y ATRIBUTOS POSITIVOS (CALIDAD, INNOVACIÓN, FIABILIDAD) EN RELACIÓN CON BIENES Y SERVICIOS PRODUCIDOS Y EXPORTADOS POR ESPAÑA, PARA APOYAR SU PROYECCIÓN EXTERIOR ASÍ COMO INCENTIVAR QUE EL EMPRESARIADO Y LOS SECTORES ECONÓMICOS INTEGREN Y PROMUEVAN ESTOS VALORES DE IMAGEN PAÍS EN EL DESARROLLO DE SU ACTIVIDAD.

Ejecución: Anual

Periodo de ejecución: Del 1 de enero al 31 de diciembre de 2026

Coste: 2.000.000

Imputación presupuestaria de la inversión: Capítulo 2

Medios: Televisión, radio, prensa, digital y exterior

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

Evaluación: Post-test

MINISTERIO DE SANIDAD

COMISIONADO DE SALUD MENTAL

VISIBILIDAD Y NORMALIZACIÓN DE LA DISCAPACIDAD PSICOSOCIAL

Objetivo y sentido: REDUCIR LA VIOLENCIA SIMBÓLICA, INSTITUCIONAL Y SOCIAL HACIA LAS PERSONAS CON RASGOS RELACIONALES Y PSICOSOCIALES QUE NO SE CORRESPONDAN CON LOS ESTÁNDARES MÁS NORMALIZADOS DE NUESTRA SOCIEDAD, PROMOViendo SU VISIBILIDAD, COMPRENSIÓN Y ACEPTACIÓN.

Ejecución: Anual

Periodo de ejecución: Del 1 de abril al 30 de junio de 2026

Coste: 622.990

Imputación presupuestaria de la inversión: Capítulo 2

Medios: Televisión, radio, digital y exterior

Difusión: Nacional

Idioma: Castellano, catalán, gallego, euskera y valenciano

Población objetivo de la campaña: General

Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

Evaluación: Post-test

MINISTERIO DE SANIDAD

COMISIONADO DE SALUD MENTAL

PROMOCIÓN DE LA SALUD MENTAL INFANTIL Y JUVENIL

Objetivo y sentido: FAVORECER LA COMPRENSIÓN DE QUE LOS MALESTARES DE NIÑAS, NIÑOS Y ADOLESCENTES SON REFLEJO DE SU ENTORNO SOCIAL Y CULTURAL, NO SOLO PROBLEMAS INDIVIDUALES O ENFERMEDADES. PROMOVER UNA MIRADA CRÍTICA SOBRE EL USO EXCESIVO DE DIAGNÓSTICOS Y LA DEPENDENCIA DEL SABER TÉCNICO, MOSTRANDO CÓMO ESTO PUEDE AFECTAR LA FORMA EN QUE SE VIVE Y SE ABORDA EL MALESTAR. IMPULSAR RESPUESTAS SOCIALES Y COMUNITARIAS QUE GENEREN CAMBIOS ESTRUCTURALES Y SOLUCIONES COLECTIVAS, IMPLICANDO ESPACIOS EDUCATIVOS Y FAMILIARES.

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

Coste: 150.000

Imputación presupuestaria de la inversión: Capítulo 2

Medios: A determinar

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

D.G. DE CARTERA COMÚN DE SERVICIOS DEL S.N.S. Y FARMACIA

INFORMACIÓN SOBRE LAS NUEVAS AYUDAS DIRECTAS PARA LA OBTENCIÓN DE EQUIPOS DE AYUDA VISUAL

Objetivo y sentido: INFORMAR SOBRE LA NUEVA PRESTACIÓN A LAS DIFERENTES PARTES INTERESADAS (PERSONAS RESPONSABLES DE MENORES CON NECESIDADES DE PRÓTESIS VISUALES, ASÍ COMO PERSONAL RESPONSABLE DE LA GESTIÓN Y TRAMITACIÓN DE LAS AYUDAS) PARA MOTIVAR Y MAXIMIZAR EL INTERÉS, CONSIGUENDO EL MAYOR NÚMERO POSIBLE DE TRANSACCIONES.

Ejecución: Anual **Periodo de ejecución:** Del 1 de febrero al 30 de junio de 2026

Coste: 1.000.000

Imputación presupuestaria de la inversión: Capítulo 2

Medios: Televisión, radio, digital y exterior

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

Población objetivo de la campaña: General

Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos **Evaluación:** Post-test

DIRECCIÓN GENERAL DE SALUD PÚBLICA Y EQUIDAD EN SALUD

UNIVERSALIDAD EN EL SISTEMA NACIONAL DE SALUD

Objetivo y sentido: INFORMAR A LA POBLACIÓN SOBRE LOS AVANCES NORMATIVOS Y LEGISLATIVOS EN MATERIA DE EQUIDAD Y UNIVERSALIDAD.

Ejecución: Anual **Periodo de ejecución:** Del 1 de septiembre al 30 de noviembre de 2026

Coste: 922.990

Imputación presupuestaria de la inversión: Capítulo 2

Medios: Televisión, radio, digital y exterior

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

Población objetivo de la campaña: General

Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos **Evaluación:** Post-test

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:** A determinar

Coste: 450.000

Imputación presupuestaria de la inversión: Capítulo 2

Medios: Televisión, radio, digital 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 **Evaluación:** Post-test

PREVENCIÓN DE LAS 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.

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

Coste: 440.588

Imputación presupuestaria de la inversión: Capítulo 2

Medios: Digital y exterior

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

Población objetivo de la campaña: General

Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos **Evaluación:** Post-test

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:** Del 1 de septiembre al 15 de noviembre de 2026

Coste: 325.588

Imputación presupuestaria de la inversión: Capítulo 2

Medios: Digital y exterior

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

Población objetivo de la campaña: General

Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos **Evaluación:** Post-test



MINISTERIO DE SANIDAD

AGENCIA ESPAÑOLA DE MEDICAMENTOS
Y PRODUCTOS SANITARIOS

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:** Del 1 de septiembre al 30 de noviembre de 2026

Coste: 762.645

Imputación presupuestaria de la inversión: Capítulo 2

Medios: Televisión, radio y digital

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

Población objetivo de la campaña: General

Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos **Evaluación:** Post-test

INFORMACIÓN SOBRE EL USO PRUDENTE DE LOS ANTIBIÓTICOS

Objetivo y sentido: INFORMAR A LA POBLACIÓN SOBRE LOS RIESGOS DE NO CONSUMIR LOS ANTIBIÓTICOS ADECUADAMENTE.

Ejecución: Anual **Periodo de ejecución:** Del 1 de octubre al 30 de noviembre de 2026

Coste: 260.588

Imputación presupuestaria de la inversión: Capítulo 2

Medios: Televisión, digital 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 **Evaluación:** Post-test

MINISTERIO DE DERECHOS SOCIALES, CONSUMO Y AGENDA 2030

DIRECCIÓN GENERAL DE AGENDA 2030

OBJETIVO 2030: CONSTRUYENDO FUTUROS QUE MERECEN LA PENA

Objetivo y sentido: DAR A CONOCER LOS PROYECTOS DE INNOVACIÓN SOCIAL QUE SE HACEN REALIDAD HOY EN EL ÁMBITO LOCAL ALGUNOS DE LOS OBJETIVOS QUE SE MARCAN EN LA AGENDA 2030. ESTOS PROYECTOS SERVIRÁN COMO EJEMPLO PARA EXPLICAR QUÉ ES LA AGENDA 2030 DESDE LO PRÁCTICO Y PARA INSPIRAR A LA CIUDADANÍA EN GENERAL A LA HORA DE CONTRIBUIR A LA CONSTRUCCIÓN DE UN FUTURO MÁS JUSTO, SOSTENIBLE Y QUE MERCE LA PENA VIVIR.

Ejecución: Anual **Periodo de ejecución:** Del 1 de enero al 30 de diciembre de 2026

Coste: 1.220.523

Imputación presupuestaria de la inversión: Capítulo 2

Medios: Televisión, radio, prensa, revistas, digital y exterior

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

Población objetivo de la campaña: General

Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos **Evaluación:** Post-test

MINISTERIO DE DERECHOS SOCIALES, CONSUMO Y AGENDA 2030

DIRECCIÓN GENERAL DE ORDENACIÓN DEL JUEGO

CAMPAÑA POR UN JUEGO SEGURO

Objetivo y sentido: DOTAR A LA POBLACIÓN GENERAL DE LAS HERRAMIENTAS NECESARIAS PARA PARTICIPAR DE UN JUEGO SEGURO.	
Ejecución: Plurianual	Periodo de ejecución: Del 1 de enero de 2026 al 30 de abril de 2027
Coste: 2.002.178	Coste Plurianual: 2.002.178
Imputación presupuestaria de la inversión: Capítulo 2	
Medios: Televisión, radio, prensa, revistas, digital, 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	Evaluación: Post-test

SECRETARÍA GENERAL DE CONSUMO Y JUEGO

PRÁCTICAS ABUSIVAS Y DERECHOS DE LAS PERSONAS CONSUMidorAS

Objetivo y sentido: DAR A CONOCER LAS PRÁCTICAS ABUSIVAS EN MATERIA DE CONSUMO DE LAS QUE PUEDEN SER VÍCTIMAS LAS PERSONAS CONSUMidorAS Y USUARIAS Y FORTALECER LA CAPACIDAD PARA EJERCER Y DEFENDER SUS DERECHOS.	
Ejecución: Anual	Periodo de ejecución: Del 1 de enero al 31 de diciembre de 2026
Coste: 400.000	
Imputación presupuestaria de la inversión: Capítulo 2	
Medios: Radio, prensa, revistas, digital y exterior	
Difusión: Nacional	Idioma: Castellano, catalán, gallego, euskera y valenciano
Población objetivo de la campaña: General y población trabajadora	
Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos	

SECRETARÍA DE ESTADO DE DERECHOS SOCIALES

SOLEDAD: UN SENTIMIENTO QUE SE AFRONTA DESDE LO COMÚN

Objetivo y sentido: CONTRIBUIR A ENTENDER LAS SOLEDADES COMO UN DESAFÍO COLECTIVO QUE REQUIERE RESPUESTAS DESDE LA COMUNIDAD. LA CAMPAÑA PRETENDE LUCHAR CONTRA LA ESTIGMATIZACIÓN DE LAS PERSONAS QUE EXPERIMENTAN ALGUNA FORMA DE SOLEDAZ, EXPLICAR LOS CONDICIONANTES SOCIALES QUE LA PRODUCEN Y OFRECER UN HORIZONTE DE SOLUCIONES COLECTIVAS (PÚBLICAS, PRIVADAS Y COMUNITARIAS).	
Ejecución: Anual	Periodo de ejecución: Del 1 de enero al 31 de diciembre de 2026
Coste: 500.000	
Imputación presupuestaria de la inversión: Capítulo 2	
Medios: Televisión, radio, prensa, revistas, digital y exterior	
Difusión: Nacional	Idioma: Castellano, catalán, gallego, euskera y valenciano
Población objetivo de la campaña: General, infantil/juvenil y tercera edad	
Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos	

MINISTERIO DE DERECHOS SOCIALES, CONSUMO Y AGENDA 2030

DIRECCIÓN GENERAL DE DERECHOS DE LOS ANIMALES

ESTE PERRO ENTRA

Objetivo y sentido: DAR A CONOCER A LA SOCIEDAD LOS DERECHOS QUE TIENEN LAS PERSONAS USUARIAS Y LOS PERROS DE ASISTENCIA, ASÍ COMO LA OBLIGACIÓN DEL RESTO DE LA SOCIEDAD DE RESPETAR ESTOS DERECHOS.	
Ejecución: Plurianual	Periodo de ejecución: Del 1 de enero de 2026 al 30 de abril de 2027
Coste: 1.202.178	Coste Plurianual: 1.202.178
Imputación presupuestaria de la inversión: Capítulo 2	
Medios: Televisión, radio, prensa, revistas, digital y exterior	
Difusión: Nacional	Idioma: Castellano, catalán, gallego, euskera y valenciano
Población objetivo de la campaña: General	
Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos	Evaluación: Post-test



AGENCIA ESPAÑOLA DE SEGURIDAD ALIMENTARIA Y NUTRICIÓN

POR UNA ALIMENTACIÓN Y HÁBITOS DE VIDA SALUDABLES

Objetivo y sentido: SENSIBILIZAR SOBRE LA IMPORTANCIA DE UNA ALIMENTACIÓN Y HÁBITOS DE VIDA SALUDABLES COMO FORMA DE PREVENCIÓN DE ENFERMEDADES.	
Ejecución: Anual	Periodo de ejecución: Del 1 de enero al 31 de diciembre de 2026
Coste: 300.000	
Imputación presupuestaria de la inversión: Capítulo 6	
Medios: Radio y digital	
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 CIENCIA, INNOVACIÓN Y UNIVERSIDADES

SECRETARÍA GENERAL DE INVESTIGACIÓN

PREMIOS NACIONALES DE INVESTIGACIÓN Y PREMIOS NACIONALES DE INVESTIGACIÓN PARA JÓVENES 2026

Objetivo y sentido: INFORMAR DE LA CONVOCATORIA DE ESTOS PREMIOS PARA CUMPLIR 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 24 de abril al 3 de mayo de 2026
Coste: 6.600	
Imputación presupuestaria de la inversión: Capítulo 2	
Medios: Digital	
Difusión: Nacional	Idioma: Castellano
Población objetivo de la campaña: General	
Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos	

MINISTERIO DE CIENCIA, INNOVACIÓN Y UNIVERSIDADES

SECRETARÍA GENERAL DE INNOVACIÓN

PREMIOS NACIONALES DE INNOVACIÓN Y DE DISEÑO 2026

Objetivo y sentido: DIFUNDIR LOS PREMIOS NACIONALES DE INNOVACIÓN Y DISEÑO ENTRE PERSONAS FÍSICAS Y JURÍDICAS VINCULADAS A LA INNOVACIÓN Y EL DISEÑO.	
Ejecución: Anual Periodo de ejecución: A determinar	
Coste: 5.000	
Imputación presupuestaria de la inversión: Capítulo 2	
Medios: Digital	
Difusión: Nacional Idioma: Castellano	
Población objetivo de la campaña: General y empresarios/as	
Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos	

SECRETARÍA GENERAL DE UNIVERSIDADES

XXII CERTAMEN ARQUIMEDES DE INTRODUCCIÓN A LA INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA

Objetivo y sentido: FOMENTAR LA INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA ENTRE EL ALUMNADO UNIVERSITARIO.	
Ejecución: Anual Periodo de ejecución: A determinar	
Coste: 2.000	
Imputación presupuestaria de la inversión: Capítulo 2	
Medios: Digital	
Difusión: Nacional Idioma: Castellano	
Población objetivo de la campaña: Estudiantes	
Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos	

XXXVII CERTAMEN JOVENES INVESTIGADORES/AS

Objetivo y sentido: DIFUNDIR ENTRE EL ALUMNADO UNIVERSITARIO LA CONVOCATORIA DE LOS PREMIOS.	
Ejecución: Anual Periodo de ejecución: A determinar	
Coste: 2.000	
Imputación presupuestaria de la inversión: Capítulo 2	
Medios: Digital	
Difusión: Nacional Idioma: Castellano	
Población objetivo de la campaña: Estudiantes	
Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos	

MINISTERIO DE IGUALDAD

DELEGACIÓN DEL GOBIERNO CONTRA LA VIOLENCIA DE GÉNERO

CONCIENCIACIÓN SOCIAL CONTRA LAS DISTINTAS FORMAS DE VIOLENCIA
CONTRA LAS MUJERES 2026

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

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

Coste: 5.329.770

Imputación presupuestaria de la inversión: Capítulo 6

Medios: Televisión, radio, prensa, revistas, digital y exterior

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

Población objetivo de la campaña: General

Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

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

DÍA INTERNACIONAL DE LAS MUJERES

Objetivo y sentido: IMPULSAR Y PROMOVER LA IGUALDAD REAL Y EFECTIVA ENTRE MUJERES Y HOMBRES, ASÍ COMO LA LUCHA CONTRA TODA FORMA DE DISCRIMINACIÓN Y VIOLENCIA CONTRA LAS MUJERES; CELEBRANDO EL DÍA INTERNACIONAL DE LA MUJER 2026. UNA CAMPAÑA DE INTERÉS GENERAL PARA TODA POBLACIÓN ESPAÑOLA QUE CELEBRA LOS AVANCES CONSEGUIDOS Y REFLEXIONA SOBRE EL CAMINO QUE QUEDA POR RECORRER.

Ejecución: Anual **Periodo de ejecución:** Del 1 de febrero al 31 de mayo de 2026

Coste: 2.310.000

Imputación presupuestaria de la inversión: Capítulo 6

Medios: Televisión, radio, prensa, digital y exterior

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

Población objetivo de la campaña: General

Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos **Evaluación:** Post-test

CONTRA LA TRATA DE SERES HUMANOS Y POR LA ABOLICIÓN DE LA PROSTITUCIÓN

Objetivo y sentido: EL CAMBIO CULTURAL NECESARIO PARA REFORZAR LA TOLERANCIA CERO ANTE LA TRATA Y LA PROSTITUCIÓN, QUE DEBEN SER SUSTITUIDAS POR UNA DEFENSA DE LOS DERECHOS, LA SEGURIDAD Y LA DIGNIDAD DE LAS MUJERES Y NIÑAS.

Ejecución: Anual **Periodo de ejecución:** Del 1 de abril al 30 de noviembre de 2026

Coste: 2.020.000

Imputación presupuestaria de la inversión: Capítulo 6

Medios: Televisión, radio, prensa, revistas, digital y exterior

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

Población objetivo de la campaña: General y población masculina, sin perjuicio de que la campaña sea pedagógica para todos los públicos.

Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos **Evaluación:** Pre-test y post-test



MINISTERIO DE IGUALDAD

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

MASCULINIDADES CORRESPONSABLES

Objetivo y sentido: CONTRIBUIR A LA PROMOCIÓN DE SISTEMAS INTEGRALES DE CUIDADO, DESDE UNA PERSPECTIVA DE GÉNERO INTERSECCIONAL Y DE DERECHOS HUMANOS, QUE PROMUEVAN LA CORRESPONSABILIDAD ENTRE MUJERES Y HOMBRES.

Ejecución: Anual

Periodo de ejecución: Del 1 de abril al 30 de noviembre de 2026

Coste: 2.020.000

Imputación presupuestaria de la inversión: Capítulo 6

Medios: Televisión, radio, prensa, revistas, digital y exterior

Difusión: Nacional

Idioma: Castellano, catalán, gallego, euskera y valenciano

Población objetivo de la campaña: General y población masculina, sin prejuicio de que la campaña sea comprensible y llegue a todos los públicos

Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

Evaluación: Pre-test y post-test

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: SENSIBILIZAR SOBRE LA EXISTENCIA DE RACISMO EN NUESTRA SOCIEDAD Y CONCIENCIAR PARA COMBATIRLO. PONER EN VALOR LA RIQUEZA DE UNA SOCIEDAD DIVERSA E INCLUSIVA. CONCIENCIAR Y PROMOVER LA DENUNCIA DE INCIDENTES DISCRIMINATORIOS POR MOTIVOS RACIALES Y ÉTNICOS A TRAVÉS DEL TELÉFONO DE ASISTENCIA GRATUITO 021.

Ejecución: Anual

Periodo de ejecución: Del 1 de enero al 30 de noviembre de 2026

Coste: 1.273.755

Imputación presupuestaria de la inversión: Capítulo 6

Medios: Televisión, radio, prensa, revistas, digital, exterior y cine

Difusión: Nacional

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

Población objetivo de la campaña: General y personas que sufren con más asiduidad discriminación racial

Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

Evaluación: Post-test

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

IGUALDAD DE TRATO Y NO DISCRIMINACIÓN DE LAS PERSONAS LGTBI+

Objetivo y sentido: PROMOVER LA IGUALDAD DE TRATO Y NO DISCRIMINACIÓN DE LAS PERSONAS LGTBI+.

Ejecución: Anual

Periodo de ejecución: Del 22 de mayo al 22 de julio de 2026

Coste: 1.265.000

Imputación presupuestaria de la inversión: Capítulo 6

Medios: Televisión, radio, prensa, revistas, digital, exterior y cine

Difusión: Nacional

Idioma: Castellano, catalán, gallego, euskera y valenciano

Población objetivo de la campaña: General y personas LGTBI

Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

Evaluación: Post-test

MINISTERIO DE INCLUSIÓN, SEGURIDAD SOCIAL Y MIGRACIONES

GABINETE DE LA MINISTRA

SEGURIDAD SOCIAL Y JÓVENES

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

Ejecución: Anual

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

Coste: 1.875.000

Imputación presupuestaria de la inversión: Capítulo 2

Medios: Televisión, radio, prensa, digital y exterior

Difusión: Nacional

Idioma: Castellano, catalán, gallego, euskera y valenciano

Población objetivo de la campaña: Estudiantes, infantil/juvenil y población trabajadora

Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

Evaluación: Post-test

MINISTERIO DE INCLUSIÓN, SEGURIDAD SOCIAL Y MIGRACIONES

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 febrero de 2026 al 31 de diciembre de 2027

Coste: 1.465.000

Coste Plurianual: 2.000.000

Imputación presupuestaria de la inversión: Capítulo 2

Medios: Televisión, radio, prensa, digital y exterior

Difusión: Nacional

Idioma: Castellano, catalán, gallego, euskera y valenciano

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

Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

Evaluación: Post-test

PLAN ESTATAL DE RETORNO VOLUNTARIO

Objetivo y sentido: DAR A CONOCER EL PLAN ESTATAL DE RETORNO VOLUNTARIO PARA LOS ESPAÑOLES Y ESPAÑOLAS QUE RESIDEN EN EL EXTERIOR.

Ejecución: Plurianual

Periodo de ejecución: Del 1 de septiembre de 2026 al 31 de diciembre de 2027

Coste: 1.215.000

Coste Plurianual: 2.000.000

Imputación presupuestaria de la inversión: Capítulo 2

Medios: Televisión, radio, prensa, digital y exterior

Difusión: Nacional

Idioma: Castellano, catalán, gallego, euskera y valenciano

Población objetivo de la campaña: General

Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

Evaluación: Post-test

MINISTERIO DE INCLUSIÓN, SEGURIDAD SOCIAL Y MIGRACIONES

SECRETARÍA DE ESTADO DE LA SEGURIDAD SOCIAL Y PENSIONES

PROMOCIÓN DE LAS OPOSICIONES A LA SEGURIDAD SOCIAL

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

Ejecución: Anual **Periodo de ejecución:** Del 2 de marzo al 17 de julio de 2026

Coste: 1.500.000

Imputación presupuestaria de la inversión: Capítulo 2

Medios: Televisión, radio, prensa, digital y exterior

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

Población objetivo de la campaña: Estudiantes y población trabajadora

Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos **Evaluación:** Post-test

NUEVAS FÓRMULAS DE JUBILACIÓN

Objetivo y sentido: INFORMAR A LOS TRABAJADORES/AS QUE SE ENCUENTREN 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 abril de 2026 al 31 de diciembre de 2027

Coste: 750.000 **Coste Plurianual:** 1.250.000

Imputación presupuestaria de la inversión: Capítulo 2

Medios: Televisión, radio, prensa, digital y exterior

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

Población objetivo de la campaña: Tercera edad y población trabajadora

Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos **Evaluación:** Post-test

SECRETARÍA GENERAL DE INCLUSIÓN

INFORMACIÓN SOBRE EL INGRESO MÍNIMO VITAL

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

Ejecución: Plurianual **Periodo de ejecución:** Del 1 de mayo de 2025 al 24 de marzo de 2026

Coste: 855.000 **Coste Plurianual:** 2.855.000

Imputación presupuestaria de la inversión: Capítulo 2

Medios: Televisión, radio, prensa, digital y exterior

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

Población objetivo de la campaña: General

Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos **Evaluación:** Post-test



MINISTERIO PARA LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL Y DE LA FUNCIÓN PÚBLICA

SUBSECRETARÍA

CONOCE LOS SERVICIOS DIGITALES DE LA ADMINISTRACIÓN PÚBLICA

Objetivo y sentido: DAR A CONOCER A LA CIUDADANÍA LOS SERVICIOS DIGITALES QUE PONE A SU DISPOSICIÓN LA ADMINISTRACIÓN GENERAL DEL ESTADO PARA PROMOVER SU UTILIZACIÓN.

Ejecución: Anual

Periodo de ejecución: Del 1 de abril al 31 de octubre de 2026

Coste: 2.000.000

Imputación presupuestaria de la inversión: Capítulo 2

Medios: Televisión, radio, prensa, digital y exterior

Difusión: Nacional

Idioma: Castellano, catalán, gallego, euskera y valenciano

Población objetivo de la campaña: General

Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos



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

CONCIENCIACIÓN EN CIBERSEGURIDAD Y TELÉFONO 017 PARA LA CIUDADANÍA

Objetivo y sentido: IMPULSAR LA CONCIENCIACIÓN EN MATERIA DE CIBERSEGURIDAD Y SOBRE EL TELÉFONO 017 ENTRE LA CIUDADANÍA ESPAÑOLA.

Ejecución: Plurianual

Periodo de ejecución: Del 1 de febrero de 2026 al 31 de diciembre de 2027

Coste: 5.008.410

Coste Plurianual: 5.008.410

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

Medios: Televisión, radio, prensa, revistas, digital y exterior

Difusión: Nacional

Idioma: Castellano, catalán, gallego, euskera y valenciano

Población objetivo de la campaña: General

Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

Evaluación: Post-test



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 POSITIVOS (DECLARACIÓN UNIVERSAL DE DERECHOS HUMANOS, CONSTITUCIÓN...) APLICADO AL MUNDO ONLINE. EL SENTIDO DE LA CAMPAÑA ES CLARIFICAR Y REFORZAR LOS DERECHOS EN EL MUNDO ONLINE ASÍ COMO AUMENTAR LA CONFIANZA DE LA CIUDADANÍA ANTE LAS DISRUPTIVAS TECNOLÓGICAS.

Ejecución: Plurianual**Periodo de ejecución:** A determinar**Coste:** 2.045.000**Coste Plurianual:** 3.860.000**Imputación presupuestaria de la inversión:** Entidad pública empresarial. Su presupuesto no se ajusta a la clasificación económica de los PGE**Medios:** A determinar**Difusión:** Nacional**Idioma:** Castellano, catalán, gallego, euskera y valenciano**Población objetivo de la campaña:** General, empresarios/as, estudiantes, infantil/juvenil y población trabajadora**Medidas accesibilidad:** Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos**Evaluación:** Post-test**Observaciones:** Ejercicios 2025, 2026 y 2027

DIGITALIZACIÓN DE EMPRESAS / CIUDADANÍA / SERVICIOS PÚBLICOS

Objetivo y sentido: INFORMAR A LOS POTENCIALES BENEFICIARIOS (EMPRESAS/ AUTÓNOMOS/ CIUDADANÍA/AAPP) ACERCA DE LAS DIFERENTES INICIATIVAS/PROGRAMAS EJECUTADOS DESDE RED.ES EN MATERIA DE DIGITALIZACIÓN/ TRANSFORMACIÓN DIGITAL CON EL FIN DE ESTIMULAR LA DEMANDA DE SOLUCIONES PARA LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL DE EMPRESAS/CIUDADANÍA. IMPULSAR LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL DE EMPRESAS/AUTÓNOMOS/CIUDADANÍA/AAPP MEDIANTE LA IMPLEMENTACIÓN DE SOLUCIONES PARA CONSEGUIR UN AVANCE SIGNIFICATIVO EN SU NIVEL DE MADUREZ DIGITAL.

Ejecución: Plurianual**Periodo de ejecución:** A determinar**Coste:** 1.518.000**Coste Plurianual:** 2.518.000**Imputación presupuestaria de la inversión:** Entidad pública empresarial. Su presupuesto no se ajusta a la clasificación económica de los PGE**Medios:** A determinar**Difusión:** Nacional**Idioma:** Castellano, catalán, gallego, euskera y valenciano**Población objetivo de la campaña:** Empresarios/as, estudiantes, infantil/juvenil y población trabajadora**Medidas accesibilidad:** Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos**Evaluación:** Post-test**Observaciones:** Campaña cofinanciada con fondos FEDER. Ejercicios 2025, 2026 y 2027

MINISTERIO DE JUVENTUD E INFANCIA

SECRETARÍA DE ESTADO DE JUVENTUD E INFANCIA

MEDIO AMBIENTE SANO Y DERECHOS DE LAS GENERACIONES FUTURAS

Objetivo y sentido: EL CAMBIO CLIMÁTICO Y LA CONSECUENTE DESTRUCCIÓN DEL PLANETA, REQUIEREN DE UNA CIUDADANÍA QUE DEBE IMPLICARSE EN EL CUIDADO DEL MEDIOAMBIENTE DESDE LAS EDADES MÁS TEMPRANAS PARA HACER FRENTA A LA CRISIS CLIMÁTICA. CON ESTA CAMPAÑA, SE BUSCA IMPLEMENTAR ACCIONES DE CONCIENCIACIÓN PARA PROMOVERLO, CON EL OBJETIVO DE QUE SEA LA JUVENTUD DEL PRESENTE QUIEN PROTAGONICE ESTOS CAMBIOS PARA MEJORAR EL MUNDO QUE LES TOCARÁ VIVIR EN EL FUTURO.

Ejecución: Anual

Periodo de ejecución: Del 1 de marzo al 31 de diciembre de 2026

Coste: 2.570.933

Imputación presupuestaria de la inversión: Capítulo 6

Medios: Televisión, radio, prensa, revistas, digital, exterior, cine y relaciones públicas

Difusión: Nacional

Idioma: Castellano, catalán, gallego, euskera y valenciano

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

Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

Evaluación: Post-test

IMPACTO DE LA POBREZA EN PERSONAS MENORES

Objetivo y sentido: PROMOVER LA IGUALDAD DE OPORTUNIDADES, GARANTIZANDO EL ACCESO A UN CONJUNTO DE SERVICIOS CLAVE PARA LAS NIÑAS Y NIÑOS EN RIESGO DE POBREZA O EXCLUSIÓN SOCIAL, FOMENTANDO LA PREVENCIÓN, ATENCIÓN Y PROTECCIÓN DE LOS DERECHOS DE LA INFANCIA Y LA ADOLESCENCIA, E INFORMANDO SOBRE ESTA PROBLEMÁTICA.

Ejecución: Anual

Periodo de ejecución: Del 1 de julio al 31 de diciembre de 2026

Coste: 1.255.933

Imputación presupuestaria de la inversión: Capítulo 6

Medios: Televisión, radio, prensa, revistas, digital, 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

Evaluación: Post-test

DIGITALIZACIÓN Y USO DE PANTALLAS ENTRE PERSONAS MENORES

Objetivo y sentido: CONCIENCIAR SOBRE EL USO DE DISPOSITIVOS DIGITALES ENTRE NIÑAS, NIÑOS Y ADOLESCENTES. IMPULSAR LA DIFUSIÓN DE VALORES Y COMPORTAMIENTOS QUE SUPONGAN EL RESPETO A LOS DERECHOS DE LA INFANCIA, DE LA ADOLESCENCIA Y DE LAS FAMILIAS EN EL ÁMBITO DIGITAL. FOMENTAR EL CONOCIMIENTO Y ALCANCE DE ESTAS HERRAMIENTAS PARA UN USO MÁS APROPIADO DE ELLAS POR PARTE DE LAS PERSONAS MENORES DE EDAD.

Ejecución: Anual

Periodo de ejecución: Del 1 de julio al 31 de diciembre de 2026

Coste: 1.255.933

Imputación presupuestaria de la inversión: Capítulo 6

Medios: Televisión, radio, prensa, revistas, digital, exterior, cine y relaciones públicas

Difusión: Nacional

Idioma: Castellano, catalán, gallego, euskera y valenciano

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

Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

Evaluación: Post-test



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: SENSIBILIZAR SOBRE LA VIOLENCIA CONTRA LOS NIÑOS, NIÑAS Y ADOLESCENTES. GENERALMENTE, ES UNA VIOLENCIA MUY INVISIBILIZADA, YA QUE SE PRODUCE EN ESPACIOS QUE DEBERÍAN SER DE SEGURIDAD PARA LOS MENORES COMO LA CASA, LA ESCUELA O LOS ESPACIOS DE OCIO COMO PUEDE SER EL MUNDO DIGITAL (VIDEOJUEGOS, REDES SOCIALES, APLICACIONES DE MENSAJERÍA, ETC.). QUE FRECUENTAN LOS ADOLESCENTES Y QUE HAN TRAÍDO NUEVAS FORMAS DE VIOLENCIA QUE DEBEN SER RECONOCIDAS POR LOS MENORES.

Ejecución: Anual

Periodo de ejecución: Del 1 de septiembre al 31 de diciembre de 2026

Coste: 1.300.000

Imputación presupuestaria de la inversión: Capítulo 6

Medios: Televisión, radio, prensa, revistas, digital, exterior, cine y relaciones públicas

Difusión: Nacional

Idioma: Castellano, catalán, gallego, euskera y valenciano

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

Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

Evaluación: Post-test

Anexo IV: Relación de campañas comerciales

MINISTERIO DE LA PRESIDENCIA, JUSTICIA Y RELACIONES CON LAS CORTES	
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 PONE A DISPOSICIÓN DE LA CIUDADANÍA.	
Ejecución: Anual	Periodo de ejecución: Del 15 de enero al 31 de diciembre de 2026
Coste: 20.000	
Soporte: Relaciones públicas	
Difusión: Nacional	Idioma: Castellano
Población objetivo de la campaña: General, estudiantes y población trabajadora	
Medidas accesibilidad: Subtitulación	

PATRIMONIO NACIONAL	
DIFUSIÓN DE NUEVAS APERTURAS Y PROGRAMACIÓN CULTURAL	
Objetivo y sentido: DIFUSIÓN DE LAS ACTIVIDADES PROGRAMADAS Y DE LAS NUEVAS APERTURAS DE PATRIMONIO NACIONAL Y PROMOCIÓN DE LA VISITA A LOS MUSEOS Y MONUMENTOS.	
Ejecución: Anual	Periodo de ejecución: Del 1 de enero al 31 de diciembre de 2026
Coste: 600.000	
Soporte: Radio, prensa, revistas, digital, exterior y otras herramientas: portal y redes sociales propias	
Difusión: Nacional	Idioma: Castellano
Población objetivo de la campaña: General	
Medidas accesibilidad: Subtitulación	

MINISTERIO DE HACIENDA	
COMPAÑÍA ESPAÑOLA DE TABACO EN RAMA, S.A. (CETARSA - SEPI)	
PROMOCIÓN DE LA ACTIVIDAD EMPRESARIAL DE CETARSA	
Objetivo y sentido: DIFUSIÓN DE INFORMACIÓN SOBRE LA ACTIVIDAD DE LA EMPRESA Y EL SECTOR DEL TABACO.	
Ejecución: Anual	Periodo de ejecución: Del 1 de enero al 31 de diciembre de 2026
Coste: 48.400	
Soporte: Radio, prensa y revistas	
Difusión: Regional	Idioma: Castellano
Población objetivo de la campaña: General	

MINISTERIO DE HACIENDA



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 2026

Coste: 3.957.217

Soporte: Prensa, revistas, digital, exterior, cine, marketing, relaciones públicas y otras herramientas: portal y redes sociales propias, cartelería, folletos, patrocinios publicitarios y nota de prensa

Difusión: Nacional

Idioma: Castellano, catalán, gallego, euskera e inglés

Población objetivo de la campaña: General

Medidas accesibilidad: Subtitulación



ENSA EQUIPOS NUCLEARES, S.A. (SEPI)

IMPULSO A LA IMAGEN CORPORATIVA DE ENSA

Objetivo y sentido: DIFUNDIR LA ACTIVIDAD DE ENSA CON FOCO EN DESARROLLOS DE I+D+I PARA PROMOVER UNA IMAGEN CORPORATIVA QUE FACILITE LA ATRACCIÓN DE TALENTO Y CLIENTES.

Ejecución: Anual

Periodo de ejecución: Del 1 de enero al 31 de diciembre de 2026

Coste: 25.000

Soporte: Prensa y otras herramientas: portal y RRSS propias, folletos

Difusión: Nacional e internacional

Idioma: Castellano, inglés y francés

Población objetivo de la campaña: General

Medidas accesibilidad: Subtitulación



ENUSA INDUSTRIAS AVANZADAS, S.A. (SEPI)

PROMOCIÓN DE LA ACTIVIDAD EMPRESARIAL DE ENUSA
Y DE LOS VALORES SOCIALES QUE LA DEFINEN

Objetivo y sentido: PROMOCIONAR LA ACTIVIDAD EMPRESARIAL DE ENUSA EN SUS ÁREAS DE INFLUENCIA, ASÍ COMO DAR VISIBILIDAD A LOS HITOS INTERNOS QUE SE DESARROLLEN. DIFUNDIR EL COMPROMISO SOCIAL DE ENUSA Y LOS VALORES CON LOS QUE SE IDENTIFICA.

Ejecución: Anual

Periodo de ejecución: Del 1 de enero al 31 de diciembre de 2026

Coste: 90.000

Soporte: Radio, prensa y revistas

Difusión: Regional

Idioma: Castellano

Población objetivo de la campaña: General

Medidas accesibilidad: Subtitulación

MINISTERIO DE HACIENDA



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

MONEDAS DE COLECCIÓN AÑO 2026

Objetivo y sentido: PROMOCIÓN DE LAS MONEDAS DE COLECCIÓN DEL AÑO 2026.

Ejecución: Anual

Periodo de ejecución: Del 1 de enero al 31 de diciembre de 2026

Coste: 1.028.500

Soporte: Prensa, revistas y digital

Difusión: Nacional e internacional

Idioma: Castellano

Población objetivo de la campaña: General

Medidas accesibilidad: Subtitulación

ETIQUETAS

Objetivo y sentido: PROMOCIÓN DE ETIQUETAS DE DENOMINACIÓN DE ORIGEN.

Ejecución: Anual

Periodo de ejecución: Del 1 de enero al 31 de diciembre de 2026

Coste: 1.960

Soporte: Revistas

Difusión: Nacional

Idioma: Castellano

Población objetivo de la campaña: General



FUNDACIÓN SEPI

DIFUSIÓN DE LAS ACTIVIDADES Y SERVICIOS DE LA FUNDACIÓN SEPI.

Objetivo y sentido: DAR A CONOCER LA OFERTA FORMATIVA, LAS INSTALACIONES Y LOS SERVICIOS DE LA FUNDACIÓN SEPI A TRAVÉS DE DIFERENTES ACCIONES.

Ejecución: Anual

Periodo de ejecución: Del 1 de enero al 31 de diciembre de 2026

Coste: 54.000

Soporte: A determinar

Difusión: Nacional

Idioma: Castellano

Población objetivo de la campaña: Estudiantes y población trabajadora

Medidas accesibilidad: Subtitulación



GRUPO HUNOSA (SEPI)

PROMOCIÓN DE LA ACTIVIDAD EMPRESARIAL DEL GRUPO HUNOSA

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 2026

Coste: 95.000

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

Difusión: Regional

Idioma: Castellano

Población objetivo de la campaña: General y empresarios/as

Medidas accesibilidad: Subtitulación

MINISTERIO DE HACIENDA



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 2026

Coste: 200.000

Soporte: A determinar

Difusión: Autonómica

Idioma: Castellano

Población objetivo de la campaña: General e infantil/juvenil

Medidas accesibilidad: Subtitulación



MINAS DE ALMADÉN Y ARRAYANES, S.A. (MAYASA - SEPI)

PARQUE MINERO DE ALMADÉN

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 2026

Coste: 17.528

Soporte: Radio, prensa, revistas, marketing y otras herramientas: folletos

Difusión: Nacional

Idioma: Castellano

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

Medidas accesibilidad: Subtitulación



NAVANTIA (SEPI)

PROMOCIÓN DE LA ACTIVIDAD EMPRESARIAL NAVANTIA

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

Ejecución: Anual

Periodo de ejecución: Del 1 de enero al 31 de diciembre de 2026

Coste: 428.474

Soporte: A determinar

Difusión: Nacional e internacional

Idioma: Castellano e inglés

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

Medidas accesibilidad: Subtitulación

MINISTERIO DE HACIENDA



SOCIEDAD ESTATAL CORREOS Y TELÉGRAFOS, S.A. (SEPI)

CAMPAÑAS DE MARKETING Y PUBLICIDAD DE APOYO A LAS ÁREAS DE NEGOCIO

Objetivo y sentido: FOMENTAR EL CONOCIMIENTO, LA VENTA Y LA CONTRATACIÓN DE LOS DIFERENTES PRODUCTOS Y SERVICIOS DE LA COMPAÑÍA.

Ejecución: Anual

Periodo de ejecución: Del 1 de enero al 31 de diciembre de 2026

Coste: 5.250.000

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

Difusión: Nacional

Idioma: Castellano

Población objetivo de la campaña: General y empresarios/as

Medidas accesibilidad: Subtitulación

ACCIONES DE COMUNICACIÓN Y POSICIONAMIENTO DE MARCA

Objetivo y sentido: REFORZAR EL POSICIONAMIENTO DE CORREOS COMO OPERADOR LOGÍSTICO 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 2026

Coste: 1.855.000

Soporte: Radio, prensa, revistas, digital y exterior

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: DIFUSIÓN Y EXPLOTACIÓN DE LOS DIFERENTES ACUERDOS Y ACTIVACIONES PUBLICITARIAS DEPORTIVOS. PRODUCCIÓN Y ACTIVACIÓN DE STANDS EN FERIAS COMERCIALES Y EVENTOS, CON EL OBJETIVO DE DAR APOYO A LA CONSECUCIÓN DE OBJETIVOS COMERCIALES DE LAS DIFERENTES UNIDADES DE NEGOCIOS.

Ejecución: Anual

Periodo de ejecución: Del 1 de enero al 31 de diciembre de 2026

Coste: 1.095.000

Soporte: Exterior y relaciones públicas

Difusión: Nacional

Idioma: Castellano

Población objetivo de la campaña: General

Medidas accesibilidad: Subtitulación

MINISTERIO DE HACIENDA

SOCIEDAD ESTATAL DE LOTERÍAS Y APUESTAS DEL ESTADO, S.A.
(GRUPO PATRIMONIO)**JUEGOS ACTIVOS Y PASIVOS (EUROMILLONES, EURODREAMS, LA PRIMITIVA, LOTOS, APUESTAS DEPORTIVAS, LOTERÍA NACIONAL Y SORTEOS DE NAVIDAD Y DE 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 2026**Coste:** 38.745.264**Soporte:** Televisión, radio, prensa, revistas, digital y exterior**Difusión:** Nacional **Idioma:** Castellano, catalán, gallego y euskera**Población objetivo de la campaña:** General**Medidas accesibilidad:** Subtitulación

TRAGSA (SEPI)

PROMOCIÓN DE LA ACTIVIDAD EMPRESARIAL 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 2026**Coste:** 107.125**Soporte:** Prensa, revistas, digital y otras herramientas: portal y redes propias, cartelería y patrocinios publicitarios**Difusión:** Nacional **Idioma:** Castellano**Población objetivo de la campaña:** General**Medidas accesibilidad:** Subtitulación y lengua de signos

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 2026**Coste:** 13.310.000**Soporte:** Televisión, radio, prensa, revistas, digital, exterior y cine**Difusión:** Nacional **Idioma:** Castellano, catalán, gallego, euskera y valenciano**Población objetivo de la campaña:** General**Medidas accesibilidad:** Subtitulación **Evaluación:** Post-test

MINISTERIO DE TRANSPORTES Y MOVILIDAD SOSTENIBLE



AENA SME, S.A.

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 2026**Coste:** 3.349.000

Soporte: Televisión, radio, prensa, revistas, digital, exterior, cine, marketing, relaciones públicas y otras herramientas: organismos colaboradores

Difusión: Nacional e internacional**Idioma:** Castellano, catalán, gallego, euskera, valenciano, inglés, francés y portugués**Población objetivo de la campaña:** General**Medidas accesibilidad:** Subtitulación

CENTRO NACIONAL DE INFORMACIÓN GEOGRÁFICA (CNIG)

DIFUSIÓN DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS DEL IGN Y CNIG

Objetivo y sentido: 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 2026**Coste:** 19.000**Soporte:** Revistas**Difusión:** Nacional**Idioma:** Castellano**Población objetivo de la campaña:** General

ENAIRE

POSICIONAMIENTO DE MARCA

Objetivo y sentido: DAR A CONOCER EL PLAN DE VUELO 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. ADEMÁS DE 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 2026**Coste:** 133.100**Soporte:** A determinar**Difusión:** Nacional e internacional**Idioma:** Castellano e inglés**Población objetivo de la campaña:** General**Medidas accesibilidad:** Subtitulación



MINISTERIO DE TRANSPORTES Y MOVILIDAD SOSTENIBLE



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

INGENIERÍA Y CONSULTORÍA PARA TRANSFORMACIONES REALES

Objetivo y sentido: MEJORAR EL POSICIONAMIENTO DE LA MARCA INECO ENTRE SU PÚBLICO OBJETIVO.

Ejecución: Anual

Periodo de ejecución: Del 1 de enero al 31 de diciembre de 2026

Coste: 45.000

Soporte: Prensa, revistas, marketing y relaciones públicas

Difusión: Internacional

Idioma: Castellano e inglés

Población objetivo de la campaña: General y empresarios/as

Medidas accesibilidad: Subtitulación

Puertos del Estado

PUERTOS DEL ESTADO

POSICIONAMIENTO DE PUERTOS DEL ESTADO
Y LOS PUERTOS ESPAÑOLES 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 FRENTA A LA COMPETENCIA.

Ejecución: Anual

Periodo de ejecución: Del 1 de enero al 31 de diciembre de 2026

Coste: 200.000

Soporte: Radio, prensa, revistas, digital y exterior

Difusión: Nacional e internacional

Idioma: Castellano e inglés

Población objetivo de la campaña: Empresarios/as y potenciales usuarios/as de los puertos

Medidas accesibilidad: Subtitulación y audiodescripción



RENFE OPERADORA

NUEVA POLÍTICA COMERCIAL Y TARIFAS

Objetivo y sentido: DIFUSIÓN E INFORMACIÓN DE TODAS LAS MODIFICACIONES QUE SE LLEVEN A CABO A LO LARGO DEL AÑO EN LOS SISTEMAS DE PRECIOS Y TARIFAS.

Ejecución: Anual

Periodo de ejecución: Del 1 de enero al 31 de diciembre de 2026

Coste: 5.000.000

Soporte: Televisión, radio, prensa, digital, exterior

Difusión: Nacional

Idioma: Castellano, catalán, gallego, euskera y valenciano

Población objetivo de la campaña: General

Medidas accesibilidad: Subtitulación



MINISTERIO DE TRANSPORTES Y MOVILIDAD SOSTENIBLE

renfe**RENFE OPERADORA****PROGRAMA DE FIDELIZACIÓN Y SISTEMA DE PUNTOS**

Objetivo y sentido: INCREMENTAR EL NÚMERO DE SUSCRIPTORES DE LA TARJETA RENFE CON EL FIN DE SEGUIR FIDELIZANDO CLIENTES.
Ejecución: Anual Periodo de ejecución: Del 15 al 30 de enero de 2026
Coste: 5.000.000
Soporte: Televisión, radio, prensa, digital y exterior
Difusión: Nacional Idioma: Castellano, catalán, gallego, euskera y valenciano
Población objetivo de la campaña: General
Medidas accesibilidad: Subtitulación

NUEVOS PRODUCTOS Y SERVICIOS RENFE

Objetivo y sentido: DIFERENTES CAMPAÑAS DE PRECIO Y OFERTAS POR CORREDORES Y PRODUCTOS.
Ejecución: Anual Periodo de ejecución: Del 1 de enero al 31 de diciembre de 2026
Coste: 3.000.000
Soporte: Radio, prensa, digital
Difusión: Autonómica Idioma: Castellano, catalán, gallego, euskera y valenciano
Población objetivo de la campaña: General
Medidas accesibilidad: Subtitulación

PLANES ALTERNATIVOS DE TRANSPORTE

Objetivo y sentido: INFORMAR DE OBRAS, CAMBIO DE SERVICIOS Y PLANES ALTERNATIVOS DE TRANSPORTE QUE SE OFRECEN PARA FACILITAR LA MOVILIDAD.
Ejecución: Anual Periodo de ejecución: Del 1 de enero al 31 de diciembre de 2026
Coste: 2.000.000
Soporte: Radio, prensa y digital
Difusión: Local Idioma: Castellano, catalán, gallego, euskera y valenciano
Población objetivo de la campaña: General
Medidas accesibilidad: Subtitulación

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 STARTUPS Y VISIBILIDAD DE LA MARCA ENISA.	
Ejecución: Anual	Periodo de ejecución: A determinar
Coste: 500.000	
Soporte: Radio y digital	
Difusión: Nacional	Idioma: Castellano
Población objetivo de la campaña: Empresarios/as	
Medidas accesibilidad: Subtitulación	Evaluación: Pre-test y post-test

ESCUELA DE ORGANIZACIÓN INDUSTRIAL (EOI)	
CAPTACIÓN PROGRAMAS GENERACIÓN D (SEDIÁ) - PRTR	
Objetivo y sentido: CAPTACIÓN DE ALUMNOS Y BENEFICIARIOS DE LOS PROGRAMAS GENERACIÓN D.	
Ejecución: Anual	Periodo de ejecución: Del 1 de enero al 31 de diciembre de 2026
Coste: 1.090.000	
Soporte: Radio, prensa, revistas, digital, exterior, marketing y relaciones públicas	
Difusión: Nacional	Idioma: Castellano
Población objetivo de la campaña: Empresarios/as, población trabajadora, alumnado universitario, jóvenes recién licenciados, personas en desempleo con titulaciones requeridas y personas de mediana edad en búsqueda de mejoras laborales	
Medidas accesibilidad: Subtitulación	

PLAN COMERCIALIZACIÓN PROGRAMAS EN ABIERTO DE EOI EN 2026	
Objetivo y sentido: CAPTACIÓN DE ALUMNOS/AS DE POSGRADO, EXECUTIVE EDUCATION E INCOMPANY DE EOI.	
Ejecución: Anual	Periodo de ejecución: Del 1 de enero al 31 de diciembre de 2026
Coste: 726.000	
Soporte: Radio, prensa, revistas, digital, exterior, marketing y relaciones públicas	
Difusión: Nacional e internacional	Idioma: Castellano
Población objetivo de la campaña: Empresarios/as, estudiantes y población trabajadora	
Medidas accesibilidad: Subtitulación	



MINISTERIO DE INDUSTRIA Y TURISMO



ESCUELA DE ORGANIZACIÓN INDUSTRIAL (EOI)

CAPTACIÓN DE BENEFICIARIOS/AS - PROGRAMAS FSE+

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

Ejecución: Anual

Periodo de ejecución: Del 1 de enero al 31 de diciembre de 2026

Coste: 270.000

Soporte: Radio, prensa, revistas, digital, exterior y marketing

Difusión: Regional

Idioma: Castellano

Población objetivo de la campaña: Estudiantes, población trabajadora, universitarios/as, jóvenes recién licenciados, personas en desempleo con titulaciones requeridas y personas de mediana edad en búsqueda de mejoras laborales

Medidas accesibilidad: Subtitulación

Observaciones: Financiada con Fondo Social Europeo

DIFUSIÓN PROGRAMAS ACTIVA PRTR

Objetivo y sentido: DIFUSIÓN DE LOS PROGRAMAS ACTIVA STARTUP, ACTIVA INDUSTRIA, ACTIVA CIBERSEGURIDAD

Ejecución: Anual

Periodo de ejecución: Del 1 de enero al 31 de diciembre de 2026

Coste: 121.000

Soporte: Radio, prensa, revistas, digital, exterior y marketing

Difusión: Nacional

Idioma: Castellano

Población objetivo de la campaña: Empresarios/as, población trabajadora, universitarios/as, jóvenes recién licenciados, personas en desempleo con titulaciones requeridas y personas de mediana edad en búsqueda de mejoras laborales

Medidas accesibilidad: Subtitulación

Observaciones: Financiada con Fondo Social Europeo



INSTITUTO DE TURISMO DE ESPAÑA (TURESPAÑA)

CAMPAÑA INTERNACIONAL DE TURESPAÑA 2026

Objetivo y sentido: POSICIONAR LA MARCA TURÍSTICA ESPAÑA Y EL DESTINO ESPAÑA COMO DESTINO VACACIONAL "SLOW TRAVEL" CON CAPACIDAD PARA ATRAER A UN TURISTA INTERNACIONAL DE ALTA RENTABILIDAD, QUE CONTRIBUYA A LA DIVERSIFICACIÓN TEMPORAL, ESPACIAL Y MOTIVACIONAL DEL TURISMO; MEJORAR EL POSICIONAMIENTO Y LA NOTORIEDAD INTERNACIONAL DE LOS DESTINOS ESPAÑOLES MENOS CONOCIDOS Y VISITADOS; ASÍ COMO MEJORAR EL POSICIONAMIENTO DE ESPAÑA COMO DESTINO TURÍSTICO COMPROMETIDO CON LA SOSTENIBILIDAD.

Ejecución: Anual

Periodo de ejecución: Del 1 de enero al 31 de diciembre de 2026

Coste: 11.000.000

Soporte: Televisión, radio, prensa, revistas, digital, exterior, marketing y otras herramientas: portal y redes sociales propias

Difusión: Internacional

Idioma: Castellano

Población objetivo de la campaña: General, viajeros slow travel, turismo de calidad, responsable y sostenible

Medidas accesibilidad: Subtitulación

MINISTERIO DE INDUSTRIA Y TURISMO



PARADORES DE TURISMO DE ESPAÑA (GRUPO PATRIMONIO)

PARA TODOS

Objetivo y sentido: REFORZAR LA IMAGEN DE LA MARCA PARADORES EN NUESTRO PAÍS Y ATRAER A NUEVO PÚBLICO OBJETIVO.

Ejecución: Anual

Periodo de ejecución: Del 1 de enero al 31 de diciembre de 2026

Coste: 4.948.900

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

Difusión: Nacional e internacional

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 2026

Coste: 14.310

Soporte: Radio, prensa, revistas y digital

Difusión: Regional

Idioma: Castellano

Población objetivo de la campaña: General, visitantes y público aficionado

Medidas accesibilidad: Subtitulación

MINISTERIO PARA LA TRANSICIÓN ECOLÓGICA Y EL RETO DEMOGRÁFICO



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

DINAMIZ-ARTJ, PROGRAMA CULTURAL EN ZONAS DE TRANSICIÓN JUSTA

Objetivo y sentido: PONER EN VALOR LA IMAGEN DE MARCA Y LA ACTIVIDAD GENERADA POR EL PROGRAMA CULTURAL DINAMIZ-ARTJ, ESPECIALMENTE EN ZONAS DE TRANSICIÓN JUSTA, Y CON EL OBJETIVO DE FIJAR EL NOMBRE DE MARCA EN EL PÚBLICO GENERAL Y, CONSECUENTEMENTE, PUBLICITAR SU EXTENSA PROGRAMACIÓN CULTURAL DE INTERÉS PARA LA CIUDADANÍA.

Ejecución: Anual

Periodo de ejecución: Del 15 de enero al 31 de diciembre de 2026

Coste: 327.500

Soporte: Televisión, radio, prensa, revistas, digital, exterior, relaciones públicas y otras herramientas: portal y RRSS propias

Difusión: Nacional

Idioma: Castellano

Población objetivo de la campaña: General

Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

Evaluación: Pre-test y post-test



MINISTERIO PARA LA TRANSICIÓN ECOLÓGICA Y EL RETO DEMOGRÁFICO

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

ACTIVIDAD DE CIUDEN (20 ANIVERSARIO)

Objetivo y sentido: CON MOTIVO DEL 20º ANIVERSARIO DE LA CREACIÓN DE LA FUNDACIÓN, SE BUSCA 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: Del 15 de enero al 31 de diciembre de 2026

Coste: 204.000

Soporte: Televisión, radio, prensa, revistas, digital, exterior, cine, relaciones públicas y otras herramientas: portal y redes sociales propias, cartelería, folletos y patrocinios publicitarios

Difusión: Nacional

Idioma: Castellano

Población objetivo de la campaña: General

Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

ACTIVIDAD CULTURAL EN INSTALACIONES DE CIUDEN

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

Ejecución: Anual

Periodo de ejecución: Del 15 de enero al 31 de diciembre de 2026

Coste: 170.000

Soporte: Televisión, radio, prensa, revistas, digital, exterior, cine, marketing, relaciones públicas y otras herramientas: portal y redes sociales propias, cartelería, folletos y patrocinios publicitarios

Difusión: Autonómica

Idioma: Castellano

Población objetivo de la campaña: General

Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

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 LA MÚSICA A TRAVÉS DE LAS PROGRAMACIONES ARTÍSTICAS Y CENTROS DE PRODUCCIÓN DEPENDIENTES DEL INAEM, ASÍ COMO LAS ACTIVIDADES QUE EL INSTITUTO DESARROLLA PARA LA PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN DE LAS ARTES ESCÉNICAS Y LA MÚSICA.

Ejecución: Anual

Periodo de ejecución: Del 1 de enero al 31 de diciembre de 2026

Coste: 1.645.000

Soporte: Televisión, radio, prensa, revistas, digital, exterior y otras herramientas: portal, redes sociales propias y cartelería

Difusión: Nacional

Idioma: Castellano

Población objetivo de la campaña: General

Medidas accesibilidad: Subtitulación

MINISTERIO DE CULTURA



MUSEO NACIONAL CENTRO DE ARTE REINA SOFÍA

PRESENTACIÓN DE LA NUEVA COLECCIÓN
Y DE LAS DIFERENTES EXPOSICIONES TEMPORALES DEL MUSEO.

Objetivo y sentido: EL OBJETIVO ES DAR A CONOCER LA PROGRAMACIÓN DEL MUSEO REINA SOFÍA A LA MAYOR CANTIDAD DE POSIBLE DE VISITANTES.

Ejecución: Anual

Periodo de ejecución: Del 1 de enero al 31 de diciembre de 2026

Coste: 100.000

Soporte: Prensa, revistas, digital y exterior

Difusión: Nacional e internacional

Idioma: Castellano

Población objetivo de la campaña: General, visitantes y público aficionado

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 ACTIVIDADES DEL MUSEO NACIONAL DEL PRADO.

Ejecución: Anual

Periodo de ejecución: Del 1 de enero al 31 de diciembre de 2026

Coste: 650.000

Soporte: Radio, prensa, revistas, digital, exterior, cine y marketing

Difusión: Nacional

Idioma: Castellano

Población objetivo de la campaña: General

Medidas accesibilidad: Subtitulación

MINISTERIO DE ECONOMÍA, COMERCIO Y EMPRESA



CESCE (GRUPO PATRIMONIO)

PRODUCTOS CESCE POR CUENTA DEL ESTADO

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

Ejecución: Anual

Periodo de ejecución: Del 1 de enero al 31 de diciembre de 2026

Coste: 199.650

Soporte: Digital

Difusión: Nacional

Idioma: Castellano

Población objetivo de la campaña: Empresarios/as

Medidas accesibilidad: Subtitulación

MINISTERIO DE ECONOMÍA, COMERCIO Y EMPRESA



INSTITUTO DE CRÉDITO OFICIAL (ICO)

PRODUCTOS FINANCIACIÓN ICO

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

Ejecución: Anual

Periodo de ejecución: Del 1 de enero al 31 de diciembre de 2026

Coste: 3.960.500

Soporte: Radio, prensa, revistas, digital, exterior y otras herramientas: portal, redes sociales propias, patrocinios publicitarios y nota de prensa

Difusión: Nacional

Idioma: Castellano

Población objetivo de la campaña: General, empresarios/as

Medidas accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción y lengua de signos

EMISIONES BONOS SOSTENIBLES ICO

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

Ejecución: Anual

Periodo de ejecución: Del 1 de enero al 31 de diciembre de 2026

Coste: 300.000

Soporte: Revistas y digital

Difusión: Internacional

Idioma: Inglés

Población objetivo de la campaña: Inversores/as y potenciales inversores/as

Medidas accesibilidad: Subtitulación

MINISTERIO DE CIENCIA, INNOVACIÓN Y UNIVERSIDADES

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

AYUDAS PÚBLICAS DE APOYO A LA I+D EMPRESARIAL Y LA INNOVACIÓN

Objetivo y sentido: DIVULGAR LAS CARACTERÍSTICAS Y CONVOCATORIAS ANUALES DE LOS INSTRUMENTOS FINANCIEROS DEL CDTI (SUBVENCIONES, PRÉSTAMOS CON TRAMO NO REEMBOLSABLE, INVERSIÓN Y CAPITAL RIESGO, COMPRA PÚBLICA DE INNOVACIÓN) ENTRE LOS POTENCIALES BENEFICIARIOS, EN ESPECIAL A EMPRESARIOS, EMPRENDEDORES, CENTROS Y PARQUES TECNOLÓGICOS, ÓRGANOS DE I+D Y CONOCIMIENTO Y OTROS AGENTES DEL ECOSISTEMA DE INNOVACIÓN, PARA ESTIMULAR LA DEMANDA.

Ejecución: Plurianual

Periodo de ejecución: Del 1 de enero de 2026 al 15 de diciembre de 2028

Coste: 550.000

Coste Plurianual: 4.050.000

Soporte: Radio, prensa, revistas y digital

Difusión: Nacional

Idioma: Castellano, catalán, gallego, euskera

Población objetivo de la campaña: General, empresarios/as y agentes del ecosistema innovación: emprendedores/as, órganos de investigación en I+D, inversores/as, universidades y compradores/as públicos

Medidas accesibilidad: Subtitulación y audiodescripción

MINISTERIO DE CIENCIA, INNOVACIÓN Y UNIVERSIDADES

 UIMP Universidad Internacional Menéndez Pelayo

UNIVERSIDAD INTERNACIONAL MENÉNDEZ-PELAYO (UIMP)

DIFUSIÓN DE LAS ACTIVIDADES ACADÉMICAS QUE PROGRAMA LA UNIVERSIDAD INTERNACIONAL
MENÉNDEZ PELAYO CADA AÑO

Objetivo y sentido: DAR A CONOCER A LOS CIUDADANOS Y FOMENTAR ENTRE ELLOS LA MATRICULACIÓN EN LAS ACTIVIDADES DESARROLLADAS POR LA UIMP EN TODAS SUS SEDES: CURSOS DE VERANO, CURSOS CORTOS, ESTUDIOS DE POSGRADO, CURSOS DE IDIOMAS Y ACTIVIDADES CULTURALES.

Ejecución: Anual**Periodo de ejecución:** Del 1 de enero al 31 de diciembre de 2026**Coste:** 113.934**Soporte:** Digital**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 2026**Coste:** 242.000**Soporte:** Prensa, revistas y digital**Difusión:** Nacional**Idioma:** Castellano, catalán, gallego y euskera**Población objetivo de la campaña:** Estudiantes**Medidas accesibilidad:** Subtitulación y audiodescripciónMINISTERIO PARA LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL
Y DE LA FUNCIÓN PÚBLICA incibe_
INSTITUTO NACIONAL DE CIBERSEGURIDADINSTITUTO NACIONAL DE CIBERSEGURIDAD DE ESPAÑA, S.A.
(INCIBE)

EMPRENDIMIENTO E INTERNACIONALIZACIÓN DE LA EMPRESA ESPAÑOLA

Objetivo y sentido: DIFUNDIR LAS INICIATIVAS Y SERVICIOS PUBLICITADOS QUE CONLLEVARÁN UN COSTE ECONÓMICO PARA LAS EMPRESAS O ENTIDADES QUE QUIERAN PARTICIPAR EN LAS MISMAS. 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. POR OTRA PARTE, SE PUBLICITARÁN EVENTOS EN LOS QUE LAS EMPRESAS Y ENTIDADES PODRÁN ADHERIRSE COMO PATROCINADORES MEDIANTE EL PAGO DE UNA CANTIDAD ECONÓMICA.

Ejecución: Plurianual**Periodo de ejecución:** Del 1 de febrero de 2026 al 31 de diciembre de 2027**Coste:** 2.262.700**Coste Plurianual:** 2.262.700**Soporte:** Televisión, radio, prensa, revistas, digital, exterior, relaciones públicas y otras herramientas: patrocinios publicitarios**Difusión:** Nacional**Idioma:** Castellano, catalán, gallego, euskera y valenciano**Población objetivo de la campaña:** General, empresarios/as, estudiantes y población trabajadora**Medidas accesibilidad:** Subtitulación