

# REPARTO GLOBAL PUBLICIDAD INSTITUCIONAL 2015 ADMINISTRACIÓN GENERAL DEL ESTADO CONFORME AL ACUERDO MARCO 50/2014

La contratación de los servicios necesarios para la difusión de las campañas de publicidad institucional de 2015 se ha realizado, a excepción de las campañas de carácter industrial, comercial o mercantil y aquellas cuyos contratos puedan tener la consideración de contratos menores, a través del Acuerdo Marco 50/2014 para la adopción de tipo del servicio de compra de espacios en medios de comunicación y demás soportes publicitarios, destinados a la materialización de las campañas de publicidad institucional.

En ejecución del citado Acuerdo Marco se han adjudicado un total de 19 contratos, que se han concretado en 25 planes de medios. La información disponible en la Secretaría de Estado de Comunicación sobre la distribución en medios y soportes es la siguiente:

## TELEVISIÓN

Las Campañas de publicidad institucional con difusión en Televisión han sido las siguientes:

- “Campaña de la ley de transparencia y el portal de transparencia” del Ministerio de la Presidencia.
- “Campaña para dar a conocer la liberación del dividendo digital” de RED.ES del Ministerio de Industria, Energía y Turismo.
- “Campaña de sensibilización contra la violencia de género dirigida a adolescentes y su entorno” del Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad.
- “Campaña de sensibilización contra la violencia de género dirigida a la población general” del Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad.
- “Campaña de Sensibilización contra el fraude fiscal, relación entre impuestos y servicios públicos, y de información y asistencia al contribuyente” de la Agencia Estatal de Administración Tributaria del Ministerio de Hacienda y Administraciones Públicas.
- “Campaña de proximidad de las Fuerzas Armadas y reconocimiento 2015. DIFAS 2015” del Ministerio de Defensa.
- “Campaña de concienciación sobre convivencia vial – “campaña de verano” de la Dirección General de Tráfico del Ministerio del Interior.
- “Campaña de movilidad, 1ª oleada” de la Dirección General de Tráfico del Ministerio del Interior.
- “Campaña de Promoción productos alimentarios” del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente.
- “Campaña de Ahorro y eficiencia energética 2015” del Instituto para la Diversificación y Ahorro de la Energía (IDAE) del Ministerio de Industria, Energía y Turismo.

- “Campaña de Promoción del uso de los transportes públicos” del Ministerio de Fomento.
- “Campaña de proximidad de las Fuerzas Armadas y reconocimiento 2015. 12 octubre Día de la Fiesta Nacional” del Ministerio de Defensa.
- “Campaña de difusión de determinados servicios, acciones y eventos incluidos en el Plan de Confianza en el Ámbito Digital 2015: sensibilización sobre ciberseguridad para ciudadanos y empresas”, del Instituto Nacional de Ciberseguridad (INCIBE), del Ministerio de Industria, Energía y Turismo.

En el reparto del global de estas campañas en los distintos soportes se han obtenido los siguientes GRPs:

MEDIO	GRPS OBTENIDOS
TELE 5 y Asociadas	2473,12
ANTENA 3 y Asociadas	2079,20
CUATRO y Asociadas	1379,76
LA SEXTA y Asociadas	1272,65
RESTO DE TVs	257,64
TVs AUTONÓMICAS	953,56

En lo que respecta a las televisiones autonómicas, 9 de los 13 planes de medios de las campañas dirigidas a televisión han previsto su difusión en las mismas<sup>1</sup>.

Debe tenerse en cuenta que los datos de TVM y La Otra, de TV3, 3/24 y Esport3; de las diferentes cadenas de ETB; y de TPA y TPA2 se recogen de forma conjunta. Por otra parte, no se disponen de los datos de TV Canarias.

MEDIO	GRPS OBTENIDOS
CANAL SUR	210,93
TVM/ La Otra	178,07
TV3/ 3/24/ Esport3	144,49
TVG	86,73
CMT	54,48
ARAGÓN TV	43,94
ETB	33,70
IB3	19,23
CyL TV	17,42
TPA/ TPA2	13,58
TV CANARIAS	N/D

<sup>1</sup> No se dispone de los datos desglosados entre las diferentes cadenas autonómicas relativos a las campañas de sensibilización contra la violencia sobre las mujeres 2015 del Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad.

## **MEDIOS GRÁFICOS**

Las Campañas de publicidad institucional con difusión en Medios Gráficos han sido las siguientes:

- “Campaña de la ley de transparencia y el portal de transparencia” del Ministerio de la Presidencia.
- “Campaña de sensibilización contra la violencia de género dirigida a adolescentes y a su entorno” del Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad.
- “Campaña de sensibilización contra la violencia de género dirigida a la población en general” del Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad.
- Campaña de “Sensibilización contra el fraude fiscal, relación entre impuestos y servicios públicos, y de información y asistencia al contribuyente” de la Agencia Estatal de Administración Tributaria del Ministerio de Hacienda y Administraciones Públicas.
- “Campaña publicitaria de las actividades académicas de la Universidad Internacional Menéndez Pelayo 2015” del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte.
- “Campaña de promoción y difusión publicitaria de los Reales Sitios con motivo de las actividades culturales programadas por Patrimonio Nacional en 2015” del Ministerio de la Presidencia.
- “Campaña de concienciación sobre convivencia vial –Campaña de verano” de la Dirección General de Tráfico del Ministerio del Interior.
- “Campaña Radares. Campaña del 16-17-18 de Julio 2015” de la Dirección General de Tráfico del Ministerio del Interior.
- “Campaña Radares. 2º oleada del 16 al 29 de octubre de 2015” de la Dirección General de Tráfico del Ministerio del Interior.
- “Campaña informativa sobre la nueva plataforma digital” de la Dirección General de Tráfico del Ministerio del Interior.
- “Campaña Plan de Choque Fin de Año” de la Dirección General de Tráfico del Ministerio del Interior.
- “Campaña de Ahorro y eficiencia energética 2015” del Instituto para la Diversificación y Ahorro de la Energía (IDAE) del Ministerio de Industria, Energía y Turismo.
- “Campaña de publicidad institucional de la UNED” del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte.
- “Campaña de “Promoción del uso de los transportes públicos” del Ministerio de Fomento.
- “Campaña de difusión de determinados servicios, acciones y eventos incluidos en el Plan de Confianza en el Ámbito Digital 2015: sensibilización sobre ciberseguridad para ciudadanos y empresas”, del Instituto Nacional de Ciberseguridad (INCIBE), del Ministerio de Industria, Energía y Turismo.

En el reparto del global de estas campañas en los distintos soportes se han obtenido las siguientes inserciones:

MEDIO	INSERCIÓNES OBTENIDAS
DIARIOS INFORMACIÓN GENERAL NACIONALES	270
DIARIOS INFORMACIÓN GENERAL REGIONALES	1.733
DIARIOS INFORMACIÓN ESPECIALIZADA	3
REVISTAS	73
SUPLEMENTOS	17

En relación con los diarios de información general, a continuación se reflejan los resultados de los 7 diarios de información general de difusión de ámbito nacional con mayor tirada- según Resumen general de resultados EGM de febrero a noviembre de 2015-:

MEDIO	INSERCIÓNES OBTENIDAS
EL PAÍS	58
EL MUNDO	51
ABC <sup>2</sup>	41
20 MINUTOS	36
LA VANGUARDIA	31
LA RAZÓN	27
EL PERIÓDICO	21
OTROS	5

## RADIO

Las Campañas de publicidad institucional con difusión en Radio han sido las siguientes:

- “Campaña de la Ley de Transparencia y del Portal de la Transparencia” del Ministerio de la Presidencia.
- “Campaña de sensibilización contra la violencia de género dirigida a adolescentes y su entorno” del Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad.

<sup>2</sup> En las campañas de la Dirección General de Tráfico y del IDAE los resultados en ABC se aportan de forma conjunta con todos los medios regionales del grupo Vocento. Estos datos se integran en el apartado Diarios de Información General Regionales.

- “Campaña de sensibilización contra la violencia de género dirigida a la población general” del Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad.
- “Campaña de Sensibilización contra el fraude fiscal, relación entre impuestos y servicios públicos, y de información y asistencia al contribuyente” de la Agencia Estatal de Administración Tributaria del Ministerio de Hacienda y Administraciones Públicas.
- “Campaña Red de Escuelas de salud para la ciudadanía,” del Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad.
- “Campaña de lucha por la inclusión social de las personas con problemas de salud mental” del Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad.
- “Campaña de proximidad de las Fuerzas Armadas y reconocimiento 2015” del Ministerio de Defensa.
- “Campaña de Ahorro y eficiencia energética 2015” del Instituto para la Diversificación y Ahorro de la Energía (IDAE) del Ministerio de Industria, Energía y Turismo.
- “Campaña de publicidad institucional de la UNED” del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte.
- “Campaña de Promoción del uso de los transportes públicos” del Ministerio de Fomento.
- “Campaña de proximidad de las Fuerzas Armadas y reconocimiento 2015. 12 octubre Día de la Fiesta Nacional” del Ministerio de Defensa.
- “Campaña de difusión de determinados servicios, acciones y eventos incluidos en el Plan de Confianza en el ámbito digital 2015: sensibilización sobre ciberseguridad para ciudadanos y empresas” del Instituto Nacional de Ciberseguridad (INCIBE), del Ministerio de Industria, Energía y Turismo.

En relación con los resultados por medios, teniendo en cuenta las principales emisoras de radio generalistas con emisión en cadena- según datos del Resumen general de resultados EGM de febrero a noviembre de 2015- y recogiendo los datos globales de las emisoras temáticas y de las regionales y locales, son los siguientes:

MEDIO	CUÑAS OBTENIDAS
CADENA SER	673
ONDA CERO	384
COPE	300
EMISORAS TEMÁTICAS	1.031
E. REGIONALES/ LOCALES	645

## **INTERNET**

Las Campañas de publicidad institucional con difusión en Internet han sido las siguientes:

- “Campaña de la Ley de Transparencia y del Portal de la Transparencia” del Ministerio de la Presidencia.
- “Campaña de sensibilización contra la violencia de género dirigida a adolescentes y su entorno” del Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad.
- “Campaña de sensibilización contra la violencia de género dirigida a la población general” del Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad.
- “Campaña de Sensibilización contra el fraude fiscal, relación entre impuestos y servicios públicos, y de información y asistencia al contribuyente” de la Agencia Estatal de Administración Tributaria del Ministerio de Hacienda y Administraciones Públicas.
- “Campaña publicitaria de las actividades académicas de la Universidad Internacional Menéndez Pelayo 2015” del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte.
- “Campaña Red de Escuelas de salud para la ciudadanía,” del Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad.
- “Campaña de lucha por la inclusión social de las personas con problemas de salud mental” del Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad.
- “Campaña de promoción y difusión publicitaria de los Reales Sitios con motivo de las actividades culturales programadas por Patrimonio Nacional en 2015” del Ministerio de la Presidencia.
- “Campaña de proximidad de las Fuerzas Armadas y reconocimiento 2015. DIFAS 2015” del Ministerio de Defensa.
- “Campaña de concienciación sobre convivencia vial – “campaña de verano” de la Dirección General de Tráfico del Ministerio del Interior.
- “Campaña Radares. Campaña del 16-17-18 de Julio 2015” de la Dirección General de Tráfico del Ministerio del Interior.
- “Campaña de Radares 2ª Ola” de la Dirección General de Tráfico del Ministerio del Interior.
- “Campaña de movilidad, oleada 1” de la Dirección General de Tráfico del Ministerio del Interior.
- “Campaña “Plan de Choque Fin de Año” de la Dirección General de Tráfico del Ministerio del Interior “Campaña de Promoción productos alimentarios” del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente.
- “Campaña de Ahorro y eficiencia energética 2015” del Instituto para la Diversificación y Ahorro de la Energía (IDAE) del Ministerio de Industria, Energía y Turismo.
- “Campaña de publicidad institucional de la UNED” del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte.
- “Campaña de Promoción del uso de los transportes públicos” del Ministerio de Fomento.
- “Campaña de prevención del VIH y otras ITS en población vulnerable”, del Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad.

- “Campaña de proximidad de las Fuerzas Armadas y reconocimiento 2015. 12 octubre Día de la Fiesta Nacional” del Ministerio de Defensa.
- “Campaña prevención del VIH en población general, Día Mundial del Sida 2015” del Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad.
- “Campaña de difusión de determinados servicios, acciones y eventos incluidos en el Plan de Confianza en el ámbito digital 2015: sensibilización sobre ciberseguridad para ciudadanos y empresas” del Instituto Nacional de Ciberseguridad (INCIBE), del Ministerio de Industria, Energía y Turismo.

Los resultados obtenidos son los siguientes:

MEDIO	IMPRESIONES OBTENIDAS
GRUPOS/ DIARIOS INFO. GENERAL	2.686.898.941
DIARIOS NATIVOS DIGITALES	586.926.176
DIARIOS TEMÁTICOS	261.615.907
WEBS TEMÁTICAS	70.782.716
WEBS DE TVs y RADIOS	15.136.201
GRUPOS COMERCIALIZADORES DE PUBLICIDAD EN INTERNET	185.696.622
OTRAS WEBS	125.405.335

A continuación se reflejan los resultados en los grupos y diarios de información general. Debe tenerse en cuenta que este análisis se lleva a cabo en algunas ocasiones sobre grupos, y no sobre medios concretos:

MEDIO	IMPRESIONES OBTENIDAS
UNIDAD EDITORIAL	714.850.231
VOCENTO	705.151.093
GRUPO PRISA	514.982.497
20 MINUTOS	218.680.928
PLUBLIPRESS	209.373.286
GRUPO ZETA	139.441.583
LA RAZÓN	50.938.726
PRENSA IBÉRICA	49.420.852
GRUPO DELIVERY	36.980.941
QUE.ES	23.869.781
EUROPA PRESS	23.209.023

Por otro lado, los resultados en los diarios nativos digitales son los siguientes:

MEDIO	IMPRESIONES OBTENIDAS
ELCONFIDENCIAL.COM	212.707.806
LIBERTAD DIGITAL	84.493.975
PERIODISTA DIGITAL	54.530.774
EL DIARIO.ES	41.882.262
HUFFINGTON POST	38.113.583
PÚBLICO.ES	35.406.412
EL SEMANAL DIGITAL	22.242.205
ECD	19.190.645
LAINFORMACIÓN.COM	17.397.863
VOZPOPULI	12.960.222
OTROS MEDIOS	48.000.429

### **PUBLICIDAD EXTERIOR**

Las Campañas de publicidad institucional con difusión en el soporte “publicidad exterior” han sido las siguientes:

- “Campaña de sensibilización contra la violencia de género dirigida a adolescentes y su entorno” del Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad.
- “Campaña de sensibilización contra la violencia de género dirigida a la población general” del Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad.
- “Campaña de promoción y difusión publicitaria de los Reales Sitios con motivo de las actividades culturales programadas por Patrimonio Nacional en 2015” del Ministerio de la Presidencia.
- “Campaña de concienciación sobre convivencia vial – “campaña de verano” de la Dirección General de Tráfico del Ministerio del Interior.
- “Campaña de Promoción productos alimentarios” del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente
- “Campaña de Ahorro y eficiencia energética 2015” del Instituto para la Diversificación y Ahorro de la Energía (IDAE) del Ministerio de Industria, Energía y Turismo.
- “Campaña Viaja seguro” del Ministerio de Asuntos Exteriores y Cooperación.
- “Campaña de difusión de determinados servicios, acciones y eventos incluidos en el Plan de Confianza en el ámbito digital 2015: sensibilización sobre ciberseguridad para ciudadanos y empresas” del Instituto Nacional de Ciberseguridad (INCIBE), del Ministerio de Industria, Energía y Turismo.

El resultado obtenido ha supuesto un total de **3.861.728 caras**, esto es, de inserciones en los diferentes formatos existentes en el ámbito de la publicidad exterior.



## CINE

Las Campañas de publicidad institucional con difusión en cine han sido las siguientes:

- “Campaña de sensibilización contra la violencia de género dirigida a adolescentes y su entorno” del Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad.
- “Campaña de sensibilización contra la violencia de género dirigida a la población general” del Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad.
- “Campaña de concienciación sobre convivencia vial – “campaña de verano” de la Dirección General de Tráfico del Ministerio del Interior.
- “Campaña de Ahorro y eficiencia energética 2015” del Instituto para la Diversificación y Ahorro de la Energía (IDAE) del Ministerio de Industria, Energía y Turismo.
- “Campaña de Promoción del uso de los transportes públicos” del Ministerio de Fomento.

El resultado obtenido ha sido de un total de **6.093 de salas**.

14 de septiembre de 2016.



eldiario.es  
Periodismo a pesar de todo