



## RESPUESTA DEL GOBIERNO

### (184) PREGUNTA ESCRITA CONGRESO

184/11834

27/04/2017

31682

**AUTOR/A:** TUNDIDOR MORENO, Victoria Begoña (GS); HEREDIA DÍAZ, Miguel Ángel (GS); FERNÁNDEZ DÍAZ, Jesús María (GS); ÁLVAREZ ÁLVAREZ, Ángeles (GS)

### RESPUESTA:

En cumplimiento del artículo 12 de la Ley 29/2005, de 29 de diciembre, de Publicidad y Comunicación Institucional, el Plan Anual de Publicidad y Comunicación Institucional es aprobado por el Consejo de Ministros. Así, en el Consejo de Ministros del pasado 3 de febrero se aprobó el Plan para el año 2017, en el que se incluía la campaña de promoción de los beneficios de la vacunación.

Tal y como se indica en el Plan, el objetivo de la campaña es: “Concienciar sobre los beneficios de los programas de vacunación sistemática para la salud de toda la población puesto que se observa confusión debido a recomendaciones de vacunación realizadas a nivel individual, fuera de las recomendaciones de las Autoridades sanitarias, lo que pone en peligro la credibilidad de la población en los programas de vacunación instaurados por la Administración sanitaria”.

La puesta en marcha de todas las campañas de publicidad requiere la tramitación de dos tipos de contrato con distinto objeto: por una parte un contrato de creatividad y por otra un contrato para la difusión en medios.

Siguiendo esta línea, la campaña se tramitó, por la cuantía aprobada en el Plan, a través de dos contratos, uno para la contratación de la creatividad y otro para la contratación de los medios de difusión.

La campaña contaba con un presupuesto aprobado en el Plan de publicidad de 40.000 euros (IVA incluido).

El protocolo habitual es que la creatividad de la campaña sea supervisada a todos los niveles previamente a su lanzamiento, tanto por parte de la unidad técnica como por la unidad que coordina las campañas del Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad.

La campaña se ha distribuido en la página web del Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad y vía internet, nota de prensa, redes sociales.

Madrid, 27 de junio de 2017