



## RESPUESTA DEL GOBIERNO

### (184) PREGUNTA ESCRITA CONGRESO

184/25065 a 184/25072  
184/25074

26/12/2017  
26/12/2017

64675 a 64682  
64684

**AUTOR/A:** ÁLVAREZ ÁLVAREZ, Ángeles (GS)

### RESPUESTA:

En relación con la información interesada, relativa a las campañas sobre apoyo a la maternidad y fomento de la natalidad inicialmente previstas en el Plan Institucional de Publicidad y Comunicación, aprobado por Acuerdo de Consejo de Ministros de fecha de 3 de febrero de 2017, se informa que se acordó una reordenación de prioridades en materia de comunicación de familia e infancia, entendiéndose, por una parte que debía darse preferencia en el año 2017 a la promoción del acogimiento familiar como medida de protección de menores mediante una campaña institucional consensuada con todas las Comunidades Autónomas (CCAA) y apoyada por las entidades sociales, en coherencia con la reforma del sistema de protección a la infancia y adolescencia, que tuvo lugar mediante la Ley 26/2015, de 28 de julio, de modificación del sistema de protección a la infancia y a la adolescencia, que incluye entre sus objetivos potenciar las fórmulas de acogimiento familiar frente al institucional, y que no pudo llevarse a cabo al hallarse el Gobierno en funciones hasta el último trimestre de 2016.

Por otra parte, también se estimó conveniente, dada las temáticas a abordar, no acometer las mencionadas campañas al margen de la Estrategia Nacional sobre el Reto Demográfico, cuyo impulso corresponde al Comisionado del Gobierno designado a tal efecto.

El Informe de Publicidad y Comunicación Institucional del año 2017, de acuerdo con el artículo 14 de la Ley 29/2005, de 29 de diciembre, de Publicidad y Comunicación Institucional, recopila la información sobre todas las campañas ejecutadas. Dicho informe, actualmente en proceso de elaboración, se publicará, en el siguiente enlace:

<http://www.lamoncloa.gob.es/serviciosdeprensa/cpci/paginas/PlanesEInformes.aspx>

La campaña de prevención de Infecciones de transmisión sexual en jóvenes (2017) se encuentra publicada en la siguiente url:

<http://www.msssi.gob.es/campañas/campanas17/itsJovenes.htm>



De otra parte, cabe señalar que la agencia adjudicataria del contrato menor para la realización de la creatividad de la campaña fue BRAIN KEYS PRODUCCIONES, S.L.

La agencia adjudicataria del contrato basado en el Acuerdo Marco 50/2014 para la difusión en medios de la campaña fue la agencia MEDIA SAPIENS SPAIN S.L.U.

La campaña se difundió en los medios del 22 de septiembre al 5 de octubre de 2017.

La creatividad se licitó por un total de 19.995,25 euros, IVA incluido, siendo adjudicada por un total de 13.915 euros.

Los medios de difusión se licitaron por un total de 40.000 euros, IVA incluido, ejecutándose por un total de 39.698,84 euros.

El Informe de Publicidad y Comunicación Institucional del año 2017, de acuerdo con el artículo 14 de la Ley 29/2005, recopila la información complementaria sobre todas las campañas ejecutadas. Dicho informe, actualmente en proceso de elaboración, se publicará, en el siguiente enlace: <http://www.lamoncloa.gob.es/serviciosdeprensa/cpci/paginas/PlanesEInformes.aspx>

En la planificación en los medios se solicitó a la agencia de medios adjudicataria la planificación de *sites* de internet, cuya población fuese la indicada como población objetivo. Para ellos se seleccionaron los principales *sites* según audiencia facilitada por COMSCORE para ese rango de edad.

Madrid, 26 de febrero de 2018

