

# EMPLEO DISPONDRÁ DE 4 MILLONES DE EUROS PARA PUBLICITAR LA REFORMA LABORAL

Antonio Serrano

Solo la campaña de la DGT y de las Fuerzas Armadas son más caras

Es un 11,42% del presupuesto para campañas institucionales del Gobierno

El total del dinero destinado a publicidad de este ministerio es de 4.800.000

El Gobierno reduce un 56% su gasto en comunicación institucional con 61 campañas

El Ministerio de Empleo dispondrá de cuatro millones de euros para desarrollar la campaña institucional de la reforma laboral, con el objetivo de "dar publicidad al público en general de aspectos de la reforma del mercado laboral".

Esta campaña es la tercera más cara por ministerios, supone un 11,42% del total que destinará el Gobierno central a la inversión en publicidad institucional y solo es superada por la de Tráfico y la de las Fuerzas Armadas.

Así consta en el Plan 2012 de Publicidad y Comunicación Institucional, facilitado por el Ministerio de la Presidencia tras el anuncio del Gobierno de una reducción del 56% el presupuesto destinado a la comunicación institucional, con lo que prevé una inversión total de algo más 35 millones de euros.

La cartera de Fátima Báñez dispone de un total de **4.400.000 euros** para la difusión de publicidad institucional. De esa cifra, **el 90,91% estará destinado a publicitar los aspectos de la reforma laboral** que aprobó el Ejecutivo el pasado 8 de marzo en el Congreso.

La Cámara Baja dio el visto bueno a la reforma laboral gracias a la mayoría de la que dispone el Partido Popular y con el apoyo de CiU, UPN y de Foro Asturias. La nueva norma recibió 197 votos a favor, 142 en contra y ninguna abstención.

## El tercer presupuesto por ministerios

La Reforma Laboral tiene el tercer presupuesto destinado por el Ejecutivo a las campañas institucionales por ministerios.

Solo es superado por los 10.232.908 millones de euros de la campaña de la DGT, dependiente del Ministerio del Interior, y por los 4.800.000 euros de la campaña para de proximidad de las fuerzas armadas, reconocimiento y apoyo al reclutamiento, dependiente del Ministerio de Defensa.

Los cuatro millones de euros es el máximo del que dispone Empleo para ejecutar la campaña publicitaria, pero fuentes del ministerio han aclarado que "no siempre se llega a gastar esa cifra", también han asegurado que no "hay nada planeado de momento", salvo el polémico vídeo que se distribuyó a través de Internet y que constó 4.200 euros más IVA.