



## ACTA DE CONSTITUCIÓN DEL CONSEJO DE PUBLICIDAD Y COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL DE LA REGIÓN DE MURCIA

**Lugar de la constitución:** Murcia, calle Acisclo Díaz, s/n, Palacio de San Esteban, segunda planta, Sala de Secretarios.

**Fecha:** 11/02/2019.

**Hora:** 12:45 horas.

### ASISTENTES:

**PRESIDENTA:** Consejera de Transparencia, Participación y Portavoz: doña Noelia María Arroyo Hernández

### VOCALES:

Por la Consejería de Presidencia:

Vocal titular: Dña. Maria Pedro Reverte García

Por la Consejería de Hacienda:

Vocal suplente: Dña. Isabel Sola Ruiz

Por la Consejería de Transparencia, Participación y Portavoz:

Vocal titular: D. Enrique Ujaldón Benítez

Por la Consejería de Agua, Agricultura, Ganadería y Pesca:

Vocal titular: Dña. María Dolores Valcárcel Jiménez

Por la Consejería de Fomento e Infraestructuras:

Vocal titular: Dña. M<sup>a</sup> Yolanda Muñoz Gómez

Por la Consejería de Empleo, Universidades, Empresa y Medio Ambiente:

Vocal titular: Dña. Pilar Valero Huéscar

Por la Consejería de Educación, Juventud y Deportes:

Vocal titular: Dña. María de la Esperanza Moreno Reventós

Por la Consejería de Salud:

Vocal titular: D. Miguel Ángel Miralles González-Conde

Por la Consejería de Familia e Igualdad de Oportunidades:





Vocal titular: D. Manuel Marcos Sánchez Cervantes

Por la Consejería de Turismo y Cultura:

Vocal titular: Dña. María Casajús Galvache

SECRETARIA: doña Ana María Fructuoso Sánchez, vicesecretaria de la Consejería de Transparencia, Participación y Portavoz

### ACTUACIONES:

El orden del día de la sesión es:

1. Constitución del órgano colegiado “Consejo de Publicidad y Comunicación Institucional de la Región de Murcia” y designación del Secretario.
2. Determinación de sus normas de funcionamiento hasta que se apruebe su reglamento de organización y funcionamiento.
3. Estudio, deliberación y propuesta de aprobación, en su caso, del “Plan anual de publicidad y comunicación institucional 2019”.
4. Ruegos y preguntas.

Por la presidencia se declara abierta la reunión.

### 1. Constitución del órgano colegiado “Consejo de Publicidad y Comunicación Institucional de la Región de Murcia”.

Estando presentes todos los asistentes arriba identificados, la presidenta comienza la reunión explicando que el Consejo de Publicidad y Comunicación Institucional de la Región de Murcia es un órgano colegiado creado por el artículo 11 de la Ley 13/2018, de 29 de noviembre, de Comunicación y Publicidad Institucional de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia, que dispone que:

- Este órgano colegiado está adscrito a la consejería competente en materia de comunicación institucional.
- Su presidencia corresponde al titular de la consejería competente en materia de comunicación institucional.
- Y que está formado por un representante de cada una de las consejerías de la CARM, *“con rango, al menos, de subdirección general”*. De acuerdo con el artículo 11.2 y 4 de la Ley 7/2004, de 28 de diciembre, de Organización y Régimen Jurídico de la Administración Pública de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia, los subdirectores generales, asimilados y los vicesecretarios son funcionarios de carrera del grupo A1 titulares de los órganos directivos correspondientes (subdirecciones





generales, vicesecretarías u órganos asimilados) cuyos puestos tienen asignados en la relación de puestos de trabajo de la CARM un nivel 30 de complemento de destino.

Comprobado que los vocales y suplentes designados por las diferentes consejerías cumplen con el rango exigido legalmente, y decidido por unanimidad que el secretario de este órgano colegiado no sea uno de sus miembros, sino una persona al servicio de la Consejería de Transparencia, Participación y Portavoz que también ocupe un puesto de nivel 30 de complemento de destino, para que actúe con voz pero sin voto, resultando ser tal persona la vicesecretaria de dicha consejería, doña Ana María Fructuoso Sánchez, se declara constituido el Consejo de Publicidad y Comunicación Institucional de la Región de Murcia.

## **2. Determinación de sus normas de funcionamiento hasta que se apruebe su reglamento de organización y funcionamiento.**

Seguidamente se procede a analizar el segundo punto del orden del día, la determinación de las normas de funcionamiento de este órgano colegiado mientras no se apruebe el reglamento regulador de su organización y funcionamiento. Sobre este particular, y sin perjuicio de su sometimiento pleno a la normativa básica sobre órganos colegiados contenida en la Ley 40/2015, de 1 de octubre, de Régimen Jurídico del Sector Público, el Consejo de Publicidad y Comunicación Institucional de la Región de Murcia acuerda regir su funcionamiento por el tenor del artículo 19 de la repetida Ley 40/2015, de 1 de octubre.

## **3. Estudio, deliberación y propuesta de aprobación, en su caso, del “Plan anual de publicidad y comunicación institucional 2019”.**

A continuación, se pasa a tratar el tercer y último punto del orden del día, el análisis del “Plan anual de publicidad y comunicación institucional 2019”, cuya elaboración le corresponde de conformidad con el artículo 12 de la Ley 13/2018, de 29 de noviembre, de Comunicación y Publicidad Institucional de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia. Estudiado el texto por la presidenta y todos los miembros del órgano colegiado, se cierra su redacción definitiva, manifestando los aquí presentes su conformidad al respecto, y se acuerda proponer su aprobación al Consejo de Gobierno, conforme a la propuesta que se adjunta como anexo a la presente acta.

Por último, puesto que la presente acta contiene las normas de funcionamiento del Consejo de Publicidad y Comunicación Institucional de la Región de Murcia hasta que se apruebe su reglamento de organización y funcionamiento, y toda vez que este órgano colegiado dictará resoluciones que tendrán efectos jurídicos frente a terceros, las que se dicten en aplicación del capítulo V de la Ley 13/2018, de 29 de noviembre, se acuerda la publicación de este acta en el “Boletín Oficial de la Región de Murcia”.





Terminada la reunión, se levanta la sesión por la presidenta, siendo 13.30h del día anotado, extendiéndose la presente acta de lo acaecido, que firma la secretaria con el visto bueno de la Presidenta tras dar su conformidad al Acta todos los miembros asistentes.

Vº Bº LA PRESIDENTA

Fdo.: Noelia María Arroyo Hernández.

LA SECRETARIA

Fdo.: Ana María Fructuoso Sánchez





## ANEXO

### AL CONSEJO DE GOBIERNO

El artículo 10. Uno.30 de la Ley Orgánica 4/1982, de 9 de junio, del Estatuto de Autonomía de la Región de Murcia, atribuye a la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia competencia exclusiva en materia de publicidad. En ejercicio de la referida competencia, se ha aprobado la Ley 13/2018, de 29 de noviembre, de Comunicación y Publicidad Institucional de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia.

El Decreto del Presidente n.º 3/2017, de 4 de mayo, de reorganización de la Administración Regional, creó la Consejería de Transparencia, Participación y Portavoz, y el Decreto del Presidente 2/2018, de 20 de abril, también de reorganización de la Administración Regional, la mantuvo, atribuyéndole, con carácter transversal, las funciones de comunicación institucional.

La Ley 13/2018, de 29 de noviembre, ha creado en su artículo 11 un órgano colegiado adscrito a la consejería competente en materia de comunicación institucional, el Consejo de Publicidad y Comunicación Institucional de la Región de Murcia, al que encomienda la planificación, asistencia técnica, evaluación y coordinación de las actividades de publicidad y de comunicación de la Administración pública de la CARM, encargándole, en concreto, en su artículo 12, la elaboración del “Plan anual de comunicación y publicidad institucional” y su propuesta de aprobación al Consejo de Gobierno.

El referido órgano, cuya composición también se regula en el artículo 11 de la Ley 13/2018, de 29 de noviembre, se ha constituido válidamente en su sesión de 11 de febrero, en la que asimismo ha decidido proponer al Consejo de Gobierno la aprobación del “Plan de Publicidad y Comunicación Institucional de la CARM 2019”, tras cerrar previamente su texto definitivo.

El Plan se ha elaborado con las propuestas formuladas por todas las consejerías y entes del sector público regional, de acuerdo con los objetivos y prioridades por ellos fijados en el ejercicio de las políticas públicas que les son propias. Incluye todas las campañas de publicidad institucional que se prevé desarrollar por la Administración Pública de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia durante el ejercicio 2019.

El Plan se elabora en el marco de la mentada Ley 13/2018, de 29 de noviembre, pero también al amparo de lo previsto el artículo 3.1 g) de la Ley 40/2015, de 1 de octubre, del Régimen Jurídico del Sector Público que recoge como principio general de actuación de las administraciones públicas la “Planificación y dirección por objetivos y control de la gestión y evaluación de los resultados de las políticas públicas”, principio





que igualmente se contempla en la legislación autonómica, en concreto en el artículo 3.2.g) de la Ley 7/2004 de 28 de diciembre, de Organización y Régimen Jurídico de la Administración Pública de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia.

En el marco de la regulación expuesta, de conformidad con lo establecido en el artículo 22.13 de la Ley 6/2004, de 28 de diciembre, del Presidente y del Consejo de Gobierno de la Región de Murcia, que atribuye al Consejo de Gobierno la competencia para aprobar los programas, planes y directrices vinculantes para todos los órganos de la Administración Regional y de sus organismos públicos, al amparo de lo previsto en el artículo 16.2.c) de la Ley 7/2004, de 28 de diciembre, de Organización y Régimen Jurídico de la Administración Pública de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia, y en el artículo 12.3 de la Ley 13/2018, de 29 de noviembre, de Comunicación y Publicidad Institucional de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia; así como en mi condición de Consejera de Transparencia, Participación y Portavoz y de presidenta del Consejo de Publicidad y de Comunicación Institucional de la Región de Murcia, elevo al Consejo de Gobierno para su aprobación la siguiente propuesta de

## ACUERDO

**ÚNICO.-** Aprobar el Plan de Publicidad y Comunicación Institucional de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia 2019, que se adjunta como anexo, y que será publicado en el Portal de Transparencia de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia.



Esta es una copia auténtica imprimible de un documento electrónico administrativo archivado por la Comunidad Autónoma de Murcia, según artículo 27.3.c) de la Ley 39/2015. Su autenticidad puede ser contrastada accediendo a la siguiente dirección: <https://sede.carm.es/verificardocumentos> e introduciendo el código seguro de verificación (CSV) CARM-e6a7c9a1-3055-8147-b51f-0050569b34e7



Esta es una copia auténtica imprimible de un documento electrónico administrativo archivado por la Comunidad Autónoma de Murcia, según artículo 27.3.c) de la Ley 39/2015. Su autenticidad puede ser contrastada accediendo a la siguiente dirección: <https://sede.carm.es/verificardocumentos> e introduciendo el código seguro de verificación (CSV) CARM-e6a7c9a1-3035-8147-b51f-0050569b34e7

**Edita:**

Consejería de Transparencia, Participación y Portavoz.  
Palacio de San Esteban  
Acisclo Díaz, s/n, 30071 (Murcia)

**Fecha de edición:** Febrero de 2019.







## ÍNDICE

I. INTRODUCCIÓN	7
II. EL RÉGIMEN JURÍDICO	8
III. CONTENIDO DEL PLAN	11
IV. OBJETIVOS DE INTERÉS PÚBLICO DE LAS CAMPAÑAS	13
V. HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN	19
VI. ÁMBITO DE DIFUSIÓN Y PÚBLICO OBJETIVO DE LAS CAMPAÑAS	20
VII. PRESUPUESTO	22
VIII. EVALUACIÓN	27
IX. CONCLUSIONES	28
ANEXO	31





Firmante: FRUCTUOSO SANCHEZ, ANA MARIA

14/02/2019 13:31:17 Firmante: ARROYO HERNANDEZ, NOELIA MARIA

14/02/2019 13:41:26

Esta es una copia auténtica imprimible de un documento electrónico administrativo archivado por la Comunidad Autónoma de Murcia, según artículo 27.3.c) de la Ley 39/2015.  
Su autenticidad puede ser contrastada accediendo a la siguiente dirección: <https://sede.carm.es/verificardocumentos> e introduciendo el código seguro de verificación (CSV) CARM-e6a7c9a1-3035-8147-b51f-0050569b34e7



## PRESENTACIÓN

El Gobierno de la Región de Murcia ha convertido el impulso de la participación y la transparencia en uno de los ejes fundamentales de su actuación. Facilitar el acceso a la información es uno de los pilares de la Consejería de Transparencia, Participación y Portavoz, porque la ciudadanía tiene el derecho a conocer cada detalle de la gestión pública y es nuestra obligación poner a su alcance todas las herramientas posibles para acceder a ese conocimiento.

Nuestro mundo actual, permanentemente conectado, nos ofrece infinidad de datos e información pero ¿cómo diferenciar cuál es rigurosa y cuál ha sido “fabricada”? La única manera de combatir la desinformación es con más y mejores fuentes de datos, con más transparencia y más rigor en los contenidos, y con la posibilidad de acceso directo a cada contenido. Por fortuna, contamos con los medios de comunicación y sus profesionales, que trabajan para ayudarnos a discernir lo verdadero de lo tergiversado, que aportan un análisis crítico de lo que ocurre y nos aportan certeza, tan necesaria para nuestra democracia.

Este segundo Plan de Publicidad y Comunicación Institucional de la Región de Murcia pone de manifiesto la apuesta del Gobierno de Fernando López Miras por el buen gobierno, y lo hace reflejando, de manera ordenada, clara y sistemática, todas las campañas de comunicación institucional que desarrollarán los diferentes departamentos de la Administración regional y sus entes del sector público, así como las acciones de publicidad y promoción que tienen como objetivo potenciar la imagen de nuestra Región como destino turístico y de inversión.

Una gestión eficaz es una gestión equilibrada y contenida en el gasto. Así, este nuevo Plan reduce el número de campañas respecto al año anterior y rebaja su presupuesto, manteniendo el objetivo de informar a todos los murcianos de sus derechos y de las actuaciones que les afectan en su día a día. Además, el Plan será totalmente accesible y su ejecución podrá seguirse a través de la web de Transparencia de la CARM, [transparencia.carm.es](http://transparencia.carm.es).

Seguimos trabajando para que los ciudadanos de la Región de Murcia confíen en sus instituciones, poniendo toda la información a su alcance, para lograr una sociedad más informada, una sociedad mejor. Gobernamos con transparencia, para servir a los intereses de todos, buscando siempre las mejores soluciones.

**Noelia Arroyo Hernández**

*Consejera de Transparencia, Participación y Portavoz*





Firmante: FRUCTUOSO SANCHEZ, ANA MARIA

14/02/2019 13:31:17 Firmante: ARROYO HERNANDEZ, NOELIA MARIA

14/02/2019 13:41:26

Esta es una copia auténtica imprimible de un documento electrónico administrativo archivado por la Comunidad Autónoma de Murcia, según artículo 27.3.c) de la Ley 39/2015. Su autenticidad puede ser contrastada accediendo a la siguiente dirección: <https://sede.carm.es/verificardocumentos> e introduciendo el código seguro de verificación (CSV) CARM-e6a7c9a1-3035-8147-b51f-0050569b34e7



## I. INTRODUCCIÓN

La importancia que hoy día ha adquirido la comunicación institucional aconsejó que en el I Plan de Gobierno Abierto de la Región de Murcia, aprobado por Acuerdo de Consejo de Gobierno el 9 de mayo de 2018, se incluyera, entre las medidas dirigidas a fortalecer la transparencia, la mejora de la comunicación institucional, en concreto, se proponía la ordenación y racionalización de las campañas de publicidad institucional en Planes anuales de publicidad y comunicación institucional.

En la línea ya emprendida por esta Administración Pública en el año 2018 con la elaboración del I Plan Comunicación y Publicidad Institucional de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia, el pasado 4 de diciembre de 2018 entró en vigor la Ley 13/2018, de 29 de noviembre, de Comunicación y Publicidad Institucional de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia, en cuyo artículo 12 se impone legalmente a la administración la obligación de elaborar un “Plan anual de comunicación y publicidad institucional” en el que se incluyan todas las campañas de comunicación y publicidad institucional que se prevea desarrollar por nuestra Administración Pública en un concreto ejercicio, en este caso, en 2019.

La elaboración de este Plan corresponde al Consejo de Publicidad y Comunicación Institucional de la Región de Murcia, órgano colegiado creado por la referida Ley 13/2018, de 29 de noviembre, para la planificación, asistencia técnica, evaluación y coordinación de las actividades de publicidad y de comunicación de la Administración Pública de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia, y cuya constitución tuvo lugar en su sesión de 11 de febrero de 2019.

La presente planificación trata de garantizar la utilidad pública de la información que se facilita sobre comunicación y publicidad institucional, al circunscribirla al estricto servicio de las necesidades e intereses de los ciudadanos, asegurar la máxima eficacia y aprovechamiento de los recursos públicos, así como de fortalecer la transparencia en comunicación institucional como principio propio del buen gobierno. De ahí que sea preceptiva la publicación del Plan y de su control “ex post”, reflejado en el Informe de evaluación anual, en el Portal de la Transparencia de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia.

*El Consejo de Gobierno aprobará anualmente un Plan de Comunicación y Publicidad Institucional.*

*El Consejo de Publicidad y Comunicación Institucional de la Región de Murcia es el órgano encargado de la planificación, asistencia técnica, evaluación y coordinación de las actividades de publicidad y comunicación de la Administración Pública de la CARM.*

*El Plan trata de garantizar la utilidad pública de la publicidad institucional, asegurar la máxima eficacia y aprovechamiento de los recursos públicos y fortalecer la transparencia en comunicación institucional como principio de buen gobierno.*





El Plan, que se ha elaborado con las propuestas de todas las Consejerías y entes del sector público regional, de acuerdo con los objetivos y prioridades por ellos fijados en el ejercicio de las políticas públicas que les son propias, incluye todas las campañas de publicidad institucional que tanto la Administración Pública de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia y como el sector público regional pretenden desarrollar durante el ejercicio 2019.

Aunque la ley sólo obliga a incluir en los planes anuales de comunicación y publicidad institucional las campañas de publicidad institucional de la Administración Pública de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia<sup>1</sup>, en atención al ámbito de aplicación de ley, que se extiende a todo el sector público, se incorporan en el Plan las campañas de publicidad institucional del resto del sector público que no tengan carácter industrial, comercial o mercantil.

El Plan cumple una finalidad puramente informativa y planificadora, siendo los contratos de creatividad y difusión los concretan, con exactitud, los términos de ejecución de las campañas.

Otra característica del Plan es que no es un instrumento totalmente rígido, toda vez que la ley posibilita que puedan celebrarse campañas institucionales de publicidad y de comunicación no previstas en aquel, si bien con carácter excepcional, y observando determinados trámites que implican la valoración de la nueva propuesta de la campaña de publicidad por el Consejo de Publicidad y Comunicación Institucional, a efectos de su inclusión en el Plan y de proponer su aprobación al Consejo de Gobierno.

## II. EL RÉGIMEN JURÍDICO

La recién aprobada Ley 13/2018, de 29 de noviembre, de Comunicación y

*El Plan se ha elaborado con las propuestas de todas las Consejerías y entes del sector público regional, e incluye tanto las campañas de publicidad institucional de la Administración Pública como de todo el sector público regional.*

*El plan cumple una finalidad puramente informativa y planificadora, es un instrumento flexible al que se pueden incorporar nuevas campañas de interés público que resulten necesarias.*

*Las campañas de publicidad institucional deben respetar una serie de parámetros legales para ser promovidas o contratadas.*

<sup>1</sup> El artículo 1.1 de la Ley 7/2004, de 28 de diciembre, de Organización y Régimen jurídico de la administración pública de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia, señala que la Administración Pública de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia se integra por la Administración General de la Comunidad Autónoma y por los organismos públicos vinculados o dependientes de ella, para el desarrollo de su actividad.





Publicidad Institucional de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia establece los parámetros dentro de los cuales se han de mover las campañas de publicidad institucional, así, establece los principios generales que deben respetar, los objetivos de interés público que han de cumplir, los criterios a los que debe someterse su contratación y las prohibiciones en las que no pueden incurrir.

Sin ánimo exhaustivo, a título de ejemplo y en relación con los principios generales que deben observarse, la ley prevé que las campañas institucionales de publicidad y comunicación se desarrollen exclusivamente cuando concurren razones de interés público y en el ejercicio de competencias propias; cuando vayan a contribuir al fomento de la igualdad entre hombres y mujeres y al respeto a la diversidad social y cultural presente en la sociedad; o cuando se ajusten a las exigencias derivadas de los principios de interés general, lealtad institucional, compromiso, veracidad, transparencia, eficacia, responsabilidad, eficiencia y austeridad en el gasto. A su vez, y como aspecto esencial, se promueve la accesibilidad para las personas con discapacidad y se otorga preferencia a los soportes más respetuosos con el medio ambiente.

Las campañas de publicidad institucional se han de desarrollar en el marco de alguno de los objetivos de interés público que de manera explícita enumera el artículo 2 de la ley, y que dada su importancia abordaremos con detalle en apartado cuarto del Plan.

Las **prohibiciones** en comunicación institucional se concretan en el artículo 4 de la Ley estatal 39/2005, de 29 de diciembre, de Publicidad y Comunicación Institucional, de carácter básico, y en el artículo 10 de la ley regional. Así, el referido artículo básico prohíbe expresamente las campañas institucionales que tengan como finalidad destacar los logros de gestión o los objetivos alcanzados por los sujetos que las impulsan; que manifiestamente menoscaben, obstaculicen o perturben las políticas públicas o cualquier actuación legítimamente realizada por otro poder público en el ejercicio de sus competencias; 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. Además, se censuran los mensajes o la presentación de las campañas institucionales de publicidad que puedan inducir a confusión con los símbolos, ideas, expresiones, diseños o imágenes empleados por cualquier formación política u

*Las campañas de publicidad institucional han de desarrollarse cuando concurren razones de interés público y deben estar al servicio de las necesidades e intereses de los ciudadanos, facilitando el ejercicio de sus derechos y promoviendo el cumplimiento de sus deberes.*

*Los objetivos que deben cumplir las campañas de publicidad institucional se enumeran en el artículo 2 de la Ley.*

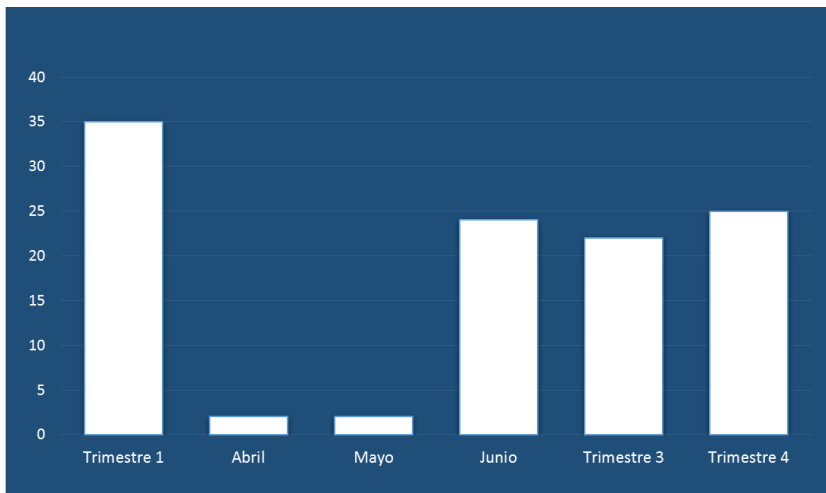
*Se prohíben las campañas de publicidad institucional que destaquen los logros de gestión o los objetivos alcanzados por los promotores; que menoscaben, obstaculicen o perturben las políticas públicas; que incluyan mensajes discriminatorios, sexistas o contrarios a los principios, valores y derechos constitucionales, y que inciten a la violencia o a comportamientos contrarios al ordenamiento jurídico.*



organización social, y exige que las campañas de publicidad institucional se identifiquen claramente como tales y que a tal efecto incluyan la mención expresa de la Administración o entidad promotora o contratante.

En este año 2019 la publicidad institucional viene marcada por la convocatoria de elecciones locales, autonómicas y europeas, por ello en la planificación se han tenido en cuenta las pautas legales que para el periodo electoral fija el artículo 9 de la ley. Por otro lado, la difusión de las campañas que figuran en el Plan, con ejecución anual, serán suspendidas durante el periodo electoral.

Gráfico 1. Periodo de ejecución de las campañas



Para cerrar el círculo, el capítulo V de la ley regional 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, articulando a estos efectos un procedimiento administrativo de carácter especial y sumario que permite a los ciudadanos solicitar la **cesación o la rectificación** de las campañas contrarias a las previsiones legales contenidas en los artículos 2, 4, 5, 7 y 10 de la ley.

En otro orden de cosas, el Plan se somete al principio de transparencia y, en consecuencia, debe publicarse en el Portal de Transparencia de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia. También se publicará en dicho portal el informe de evaluación anual que sobre el presente Plan se realice en 2020.

*En periodo electoral, las campañas de publicidad institucional se restringen a los mínimos legalmente establecidos.*

*Los ciudadanos y las personas jurídicas pueden solicitar la cesación inmediata o la rectificación de las campañas ilegales.*

*El Plan y su informe anual se publican en el Portal de Transparencia de la Región de Murcia.*







### III. CONTENIDO DEL PLAN

El Plan se ha estructurado en diez ejes por materias con el objetivo de distribuir el presupuesto de publicidad y comunicación institucional de forma ordenada, equitativa, y atendiendo siempre a los principales objetivos del ejercicio y de los hitos más relevantes previstos para este año.

A su vez, los ejes se desagregan en las 48 campañas publicitarias propuestas por todas las Consejerías y entes del sector público regional. Junto al Plan se acompaña un Anexo con las fichas de cada una de las campañas en las que se detallan, conforme a las exigencias del artículo 12, los siguientes aspectos: el objetivo y finalidad de la campaña, el período de ejecución, los canales de comunicación que se pretenden utilizar, la zona de influencia, el público objetivo de la campaña y las medidas de accesibilidad. Las fichas incorporan también el coste previsible de cada una de ellas, separando el presupuesto destinado a creatividad del de difusión.

Los ejes por materias fijados para el año 2019 son los siguientes:

- EJE 1. Empleo y economía.
- EJE 2. Salud.
- EJE 3. Educación y juventud.
- EJE 4. Tecnología e investigación.
- EJE 5. Infraestructuras y seguridad.
- EJE 6. Familia e igualdad de oportunidades.
- EJE 7. Agua y agricultura.
- EJE 8. Medio Ambiente.
- EJE 9. Participación ciudadana y fechas conmemorativas.
- EJE 10. Cultura y turismo.

La promoción y difusión nacional e internacional de los atractivos turísticos de la Región de Murcia cuenta en 2019 con el presupuesto más abultado de los contenidos en el Plan.

La promoción turística, que se llevará a cabo el Instituto de Turismo de la Región de Murcia (ITREM) como ente público empresarial que asume la ordenación, planificación, programación, dirección y coordinación de las competencias en materia de turismo de la Región de Murcia, se incluye como una sola campaña sin desagregar.

*El Plan se estructura en diez ejes por materias que, a su vez, se desagregan en 48 campañas.*

*Las fichas de las campañas recogen su objetivo y finalidad, el periodo de ejecución, el coste previsible, los canales de comunicación, las zonas de influencia, el público objetivo de la campaña y las medidas de accesibilidad que se pretenden utilizar.*

*Los ejes con mayor número de campañas son el Eje 4. Tecnología e investigación con y el Eje 5. Infraestructura y Seguridad con un total de 8 campañas en cada eje, y el Eje 1. Empleo y economía con un total de 6 campañas.*

*La promoción de los recursos turísticos de la Región de Murcia cuenta con la mayor parte del presupuesto destinado a publicidad institucional.*



Gráfico 2. Número de campañas por Ejes

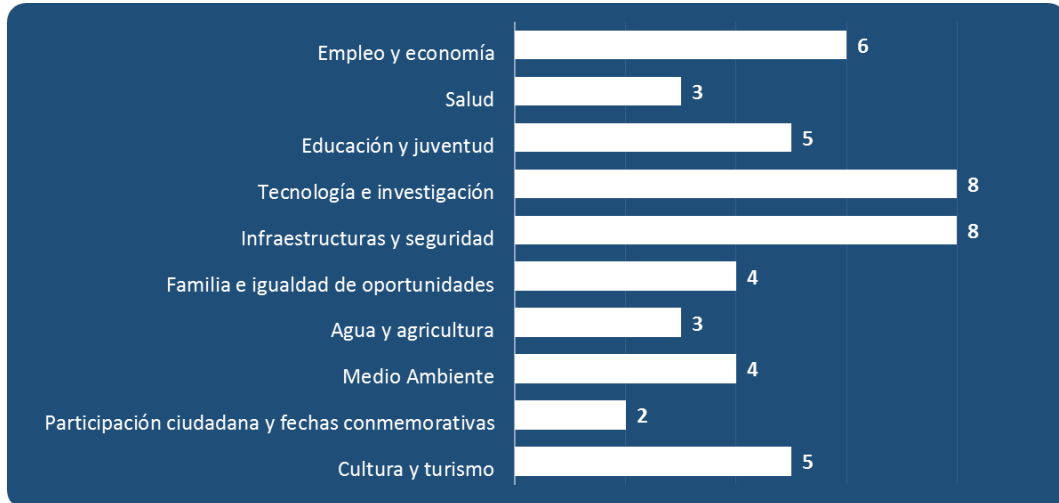
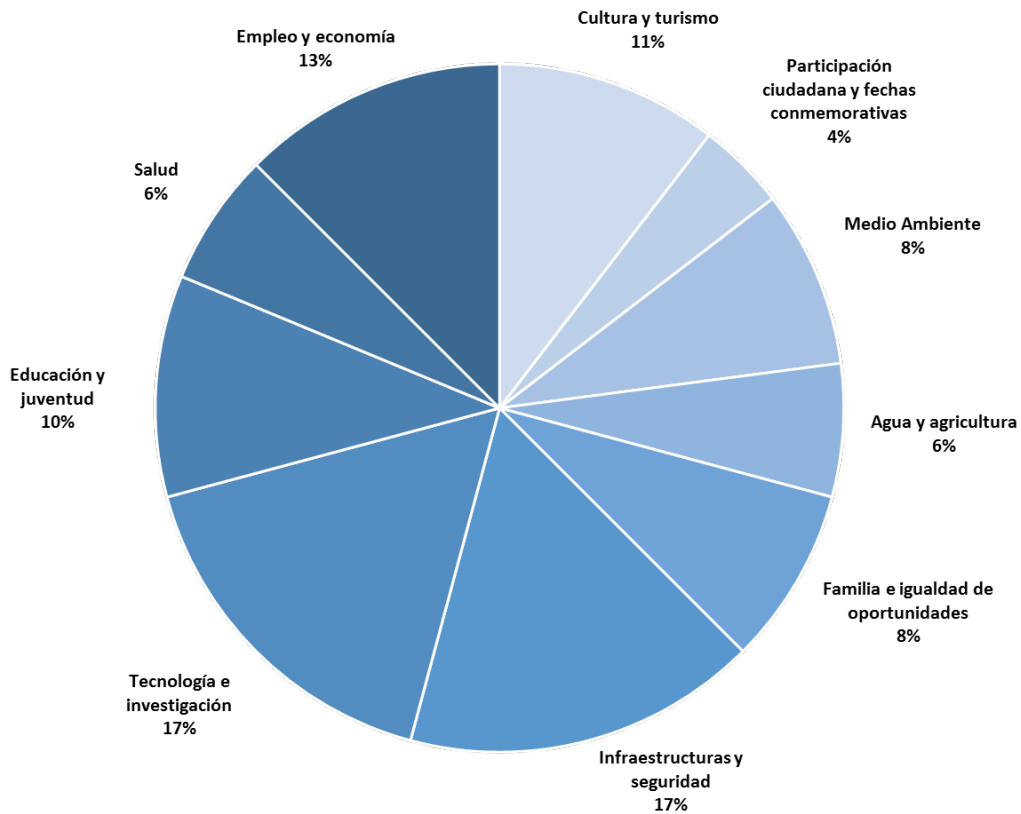


Gráfico 3. Porcentaje de número de campañas por Ejes



## IV. OBJETIVOS DE INTERÉS PÚBLICO DE LAS CAMPAÑAS

Las campañas de publicidad institucional incluidas en el Plan cumplen con uno o varios de los objetivos de interés público que de modo explícito recoge el artículo 2 de la ley. A continuación se citan dichos objetivos de interés público, de acuerdo con la ordenación del abecedario que establece la ley, y dentro de cada uno de ellos se relacionan las campañas de publicidad institucionales incluidas en el Plan que cumplen dicho objetivo:

### a) Promover valores y conductas que consoliden la democracia, la libertad, la convivencia, la igualdad y la solidaridad:

- Plan Regional de Juventud.
- Educar en igualdad de oportunidades.
- Campaña contra la violencia de género.
- 40 años de agricultura sostenible y uso eficiente del agua en la Región de Murcia.

### b) Informar a la ciudadanía de sus derechos y sus obligaciones y de los servicios, las actividades y los programas de los que pueda hacer uso:

- Mujer: empleo y formación.
- Políticas Activas de Empleo.
- Promoción actividades INFO.
- Difusión de los periodos voluntarios de pago de tributos locales.
- Sensibilización fiscal e información y asistencia al ciudadano en el cumplimiento de sus obligaciones fiscales.
- Portal del paciente.
- Escuela de Salud.
- Estrategia para el éxito educativo: objetivo 2020.
- + IDIOMAS.
- Plan Regional de Juventud.
- Administración electrónica.
- Foro CECARM.
- Red Regional de Ciencia y Tecnología.
- FORM@CARM.
- Replay.
- SICARM.
- Patrimonio digital.
- Semana de la Ciencia y Tecnología.



- Aeropuerto Internacional de la Región de Murcia.
- Plan de cooperación de obras y servicios.
- Plan de pedanías, diputaciones, barrios periféricos y/o deprimidos.
- Transporte público.
- Ayudas del plan de vivienda 2018-2021.
- Plan COPLA 2019.
- Plan INFORMUR 2019.
- Educar en igualdad de oportunidades.
- Campaña contra la violencia de género.
- Recursos para nuestros mayores.
- Promoción de nuevos productos sostenibles e innovadores.
- La Manga 365.
- Presupuestos participativos.
- Actividades en los Museos de la Región de Murcia.

**c) Fomentar actitudes y comportamientos cívicos en la ciudadanía con relación a bienes o servicios públicos de carácter educativo, cultural, social, sanitario, de fomento del empleo y otros de naturaleza equivalente:**

- Estrategia para el éxito educativo: objetivo 2020.
- Gracias Docente.
- + IDIOMAS.
- Vocaciones STEM.
- Sensibilización para fomentar la accesibilidad en los edificios.
- Apoyo a la familia.
- Campaña contra la violencia de género.
- 40 años de agricultura sostenible y uso eficiente del agua en la Región de Murcia.
- Fomento del ahorro y la eficiencia energética.
- Fomento de la producción y del autoconsumo de energía eléctrica de origen fotovoltaico.
- Canal del Mar Menor.
- Plan de fomento a la lectura.

**d) Difundir información sobre los derechos y deberes de la ciudadanía y los servicios, actividades y programas de los que se puede beneficiar:**

- Mujer: empleo y formación.
- Políticas Activas de Empleo.
- Promoción actividades.



- Difusión de los periodos voluntarios de pago de tributos locales.
- Sensibilización fiscal e información y asistencia al ciudadano en el cumplimiento de sus obligaciones fiscales.
- Portal del paciente.
- Escuela de Salud.
- Estrategia para el éxito educativo: objetivo 2020.
- + IDIOMAS.
- Plan Regional de Juventud.
- Administración electrónica.
- Foro CECARM.
- Red Regional de Ciencia y Tecnología.
- FORM@CARM.
- Replay.
- SICARM.
- Patrimonio digital.
- Semana de la Ciencia y Tecnología.
- Aeropuerto Internacional de la Región de Murcia.
- Plan de cooperación de obras y servicios.
- Plan de pedanías, diputaciones, barrios periféricos y/o deprimidos.
- Transporte público.
- Ayudas del Plan de vivienda 2018-2021.
- Plan COPLA 2019.
- Plan INFORMUR 2019.
- Recursos para nuestros mayores.
- Apoyo a la familia.
- Campaña contra la violencia de género.
- Promoción de nuevos productos sostenibles e innovadores.
- La Manga 365.
- Presupuestos participativos.
- Actividades en los Museos de la Región de Murcia.

**e) Anunciar medidas de prevención de riesgos, de orden o seguridad pública o de evitación o reparación de daños que afecten a las personas, su salud o sus bienes, y al medio natural:**

- Vacunación contra la gripe.
- Plan COPLA 2019.
- Plan INFORMUR 2019.
- Fomento del ahorro y la eficiencia energética.





**f) Anunciar medidas en caso de situaciones de emergencia o catástrofe, así como las acciones a llevar a cabo por las personas afectadas para su protección:**

- Plan COPLA 2019.
- Plan INFORMUR 2019.

**g) Difundir los procesos electorales y fomentar el ejercicio del derecho al voto.**

**h) Difundir el contenido de aquellas disposiciones jurídicas que, por su novedad o repercusión social, aconsejan su conocimiento general:**

- Difusión de los periodos voluntarios de pago de tributos locales.
- Sensibilización fiscal e información y asistencia al ciudadano en el cumplimiento de sus obligaciones fiscales.
- Administración electrónica.

**i) Difundir ofertas de empleo público:**

- Empleo público 2019.

**j) Difundir actitudes cívicas en beneficio de la colectividad y los valores de convivencia y solidaridad entre los ciudadanos y ciudadanas:**

- Gracias Docente.
- Sensibilización para fomentar la accesibilidad en los edificios.
- Campaña contra la violencia de género.
- 40 años de agricultura sostenible y uso eficiente del agua en la Región de Murcia.
- Fomento del ahorro y la eficiencia energética.
- Fomento de la producción y del autoconsumo de energía eléctrica de origen fotovoltaico.
- Canal del Mar Menor.
- Presupuestos participativos.
- Plan de fomento a la lectura.

**k) Contribuir a la difusión y mejora de la Región de Murcia y de su patrimonio histórico y cultural:**

- Plan de cooperación de obras y servicios.
- Plan de pedanías, diputaciones, barrios periféricos y/o deprimidos.
- Promoción de nuevos productos sostenibles e innovadores.
- Actividades en los Museos de la Región de Murcia.



- Día Internacional de los Museos.
- Murcia Región de Festivales.
- Canal del Mar Menor.

**l) La promoción de los propios valores, imagen o señas de identidad del territorio o la población de la administración anunciante:**

- La Manga 365.
- Día de la Región.
- Actividades en los Museos de la Región de Murcia.
- Día Internacional de los Museos.
- Murcia Región de Festivales.

**m) Apoyar a los sectores económicos regionales, mediante la promoción de la comercialización de productos regionales, especialmente en el exterior de la Región de Murcia, y de acciones que impulsen a nuestra Comunidad como destino turístico:**

- Cualidades de los alimentos de la Región de Murcia.
- La Manga 365.
- Promoción turística nacional e internacional.
- Murcia Región de Festivales.

**Gráfico 4. Número de campañas por objetivos.**



**Tabla 1. Números y porcentajes de campañas por objetivos de interés público.**

OBJETIVOS	CAMPAÑAS	%
a) Promover valores y conductas que consoliden la democracia, la libertad, la convivencia, la igualdad y la solidaridad.	4	3%
b) Informar a la ciudadanía de sus derechos y sus obligaciones y de los servicios, las actividades y los programas de los que pueda hacer uso.	32	28%
c) Fomentar actitudes y comportamientos cívicos en la ciudadanía con relación a bienes o servicios públicos de carácter educativo, cultural, social, sanitario, de fomento del empleo y otros de naturaleza equivalente.	13	11%
d) Difundir información sobre los derechos y deberes de la ciudadanía y los servicios, actividades y programas de los que se puede beneficiar.	33	29%
e) Anunciar medidas de prevención de riesgos, de orden o seguridad pública o de evitación o reparación de daños que afecten a las personas, su salud o sus bienes, y al medio natural.	4	3%
h) Difundir el contenido de aquellas disposiciones jurídicas que, por su novedad o repercusión social, aconsejan su conocimiento general.	3	3%
i) Difundir ofertas de empleo público.	1	1%
j) Difundir actitudes cívicas en beneficio de la colectividad y los valores de convivencia y solidaridad entre los ciudadanos y ciudadanas.	9	8%
k) Contribuir a la difusión y mejora de la Región de Murcia y de su patrimonio histórico y cultural.	7	6%
l) La promoción de los propios valores, imagen o señas de identidad del territorio o la población de la administración anunciante.	5	4%
m) Apoyar a los sectores económicos regionales, mediante la promoción de la comercialización de productos regionales, especialmente en el exterior de la Región de Murcia, y de acciones que impulsen a nuestra Comunidad como destino turístico.	4	3%

En conclusión, los **objetivos de interés público más buscados por las campañas de publicidad institucional para el año 2019** son:

En primer lugar, informar a los ciudadanos de sus derechos y deberes, así como de los servicios, actividades y programas de los que se pueden beneficiar y hacer uso (apartados D y B del artículo 2).

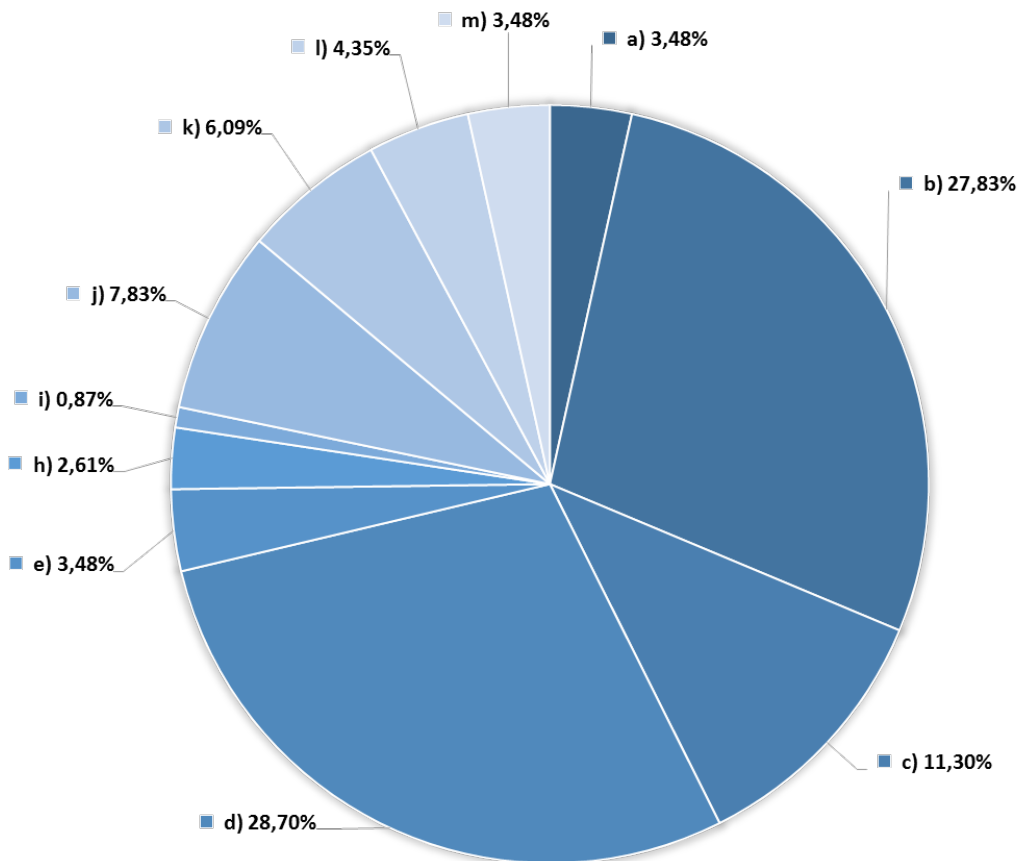
En su segundo lugar, el fomento de actitudes y comportamientos cívicos en la ciudadanía con relación a bienes o servicios públicos de carácter educativo, cultural, social, sanitario, de fomento del empleo y otros de naturaleza equivalente (apartado C del artículo 2).





Y, en tercer lugar, la difusión de actitudes cívicas en beneficio de la colectividad y los valores de convivencia y solidaridad entre los ciudadanos y ciudadanas (apartado J del artículo 2).

**Gráfico 5. Objetivos legales representados porcentualmente.**



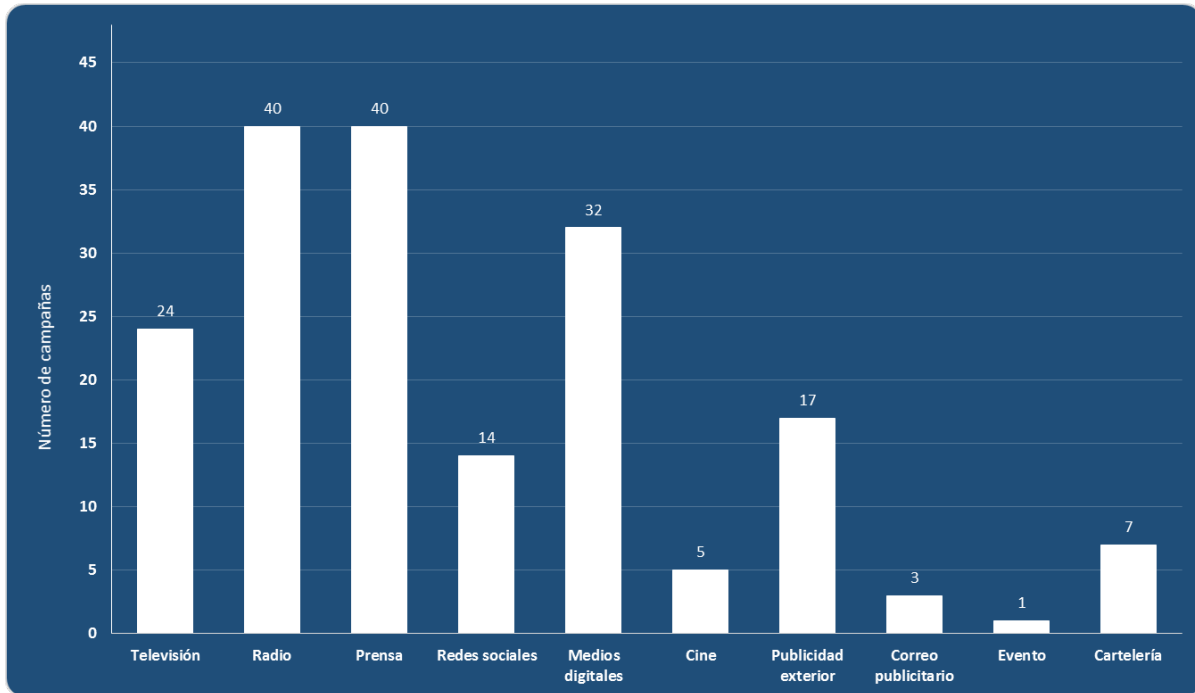
## V. HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN

En 40 de las 48 campañas se propone incorporar como medio de difusión la radio, en 40 prensa, en 24 TV, en 32 medios digitales y en 14 redes sociales. Los soportes de exterior están incluidos en 17 campañas.

Como medidas para garantizar la accesibilidad de las personas con discapacidad, las empresas que hagan cada una de las campañas tendrán que, según los medios que vayan a usar, proponer medidas concretas para garantizar la accesibilidad tales como: la triple A en accesibilidad Web, la subtitulación, audiodescripción...



Gráfico 6. Herramientas de difusión de las campañas.



## VI. ÁMBITO DE DIFUSIÓN Y PÚBLICO OBJETIVO DE LAS CAMPAÑAS

El ámbito de difusión de las campañas de publicidad y comunicación institucional, en general, es toda la Región de Murcia, si bien campañas como la C.8.4. “La Manga 365” y la C.10.1. “Actividades en Museos de la Región de Murcia” focalizan su impacto en zonas concretas, como La Manga y su zona de influencia en la primera, y las ciudades de Murcia y Cartagena en la segunda.

Por su parte, el conjunto de campañas que desarrolle el Instituto de Turismo de la Región de Murcia (ITREM) se enfocará, atendiendo a la finalidad que con las campañas busca dicho ente de promocionar turísticamente la región, a un mercado más amplio, centrándose especialmente en el resto del territorio nacional, el europeo y el internacional.

Si atendemos al público objetivo de las campañas, el 56% de ellas se dirigen a toda la población en general, pero hay también campañas orientadas a sectores específicos, tales como: capacidad diversa, científicos, desempleados, docentes, embarazadas, emprendedores, empresarios, familias, general, inquilinos, investigadores, jóvenes, mujeres, niños, personal sanitario, propietarios, tercera edad, turistas y universitarios. En concreto, las campañas de publicidad institucional que se dirigen a sectores específicos son las siguientes:

14/02/2019 13:31:17 | Firmante: ARROYO HERNANDEZ, NOELIA MARIA

Esta es una copia auténtica imprimible de un documento electrónico administrativo archivado por la Comunidad Autónoma de Murcia, según artículo 27.3.c) de la Ley 39/2015. Su autenticidad puede ser contrastada accediendo a la siguiente dirección: <https://sede.carm.es/verificardocumentos> e introduciendo el código seguro de verificación (CSV) CARM-e6a7c9e1-3055-8147-b51f-0050569b34e7



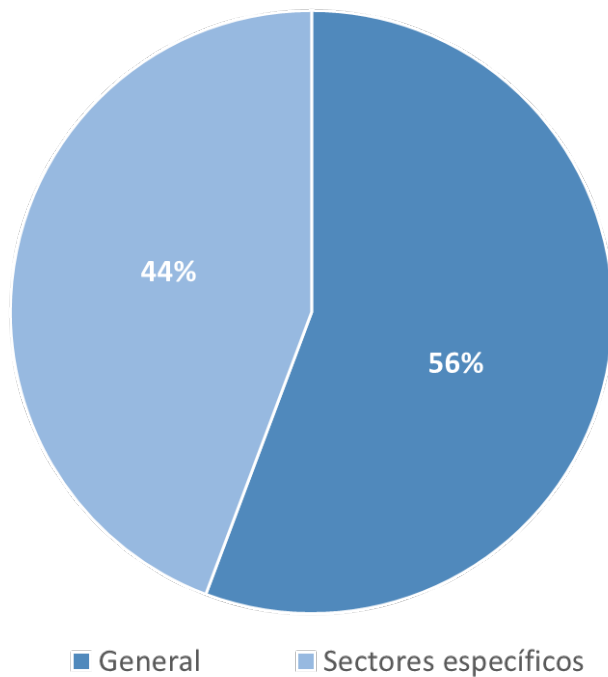


- La campaña C.1.1. Oferta de empleo público 2019, dirigida a personas de entre 18 a 65 años.
- La campaña C.1.3. Política activa de empleo, destinada a desempleados que sean jóvenes, mayores de 45 años, de larga duración o que opten por el autoempleo.
- La campaña C.1.2. Mujer empleo y formación, especialmente centrada en el empleo femenino.
- La campaña C.1.4. Promoción actividades INFO, orientada a empresarios y emprendedores de la Región de Murcia.
- La campaña C.2.1. Vacunación contra la gripe, dirigida especialmente a población de riesgo: mayores, embarazadas, personal sanitario, etc...
- La campaña C.2.2. Portal del paciente, destinada a todos los usuarios del Servicio Murciano de Salud.
- La campaña C.3.1. Estrategia para el éxito educativo: objetivo 2020 orientada a un público general, pero especialmente familias.
- La campaña C.3.2. Gracias Docente, orientada a un público general, pero especialmente docentes.
- La campaña C.3.3. + IDIOMAS, orientada a un público general, pero especialmente familias
- La campaña C.3.4. Plan Regional de Juventud, orientada a jóvenes
- La campaña C.3.5. Vocaciones STEM, orientada fomentar la vocación en ciencia, tecnología, ingeniería y matemáticas entre niños y jóvenes.
- La campaña C.4.2. Foro CECARM, dirigida a emprendedores con negocios on-line ya funcionando o con ideas para su puesta en marcha.
- La campaña C.4.3. Red Regional de Ciencia y Tecnología, dirigida a Investigadores, universitarios y población en general.
- La campaña C.4.4. FORM@CARM, destinada a Desempleados y población en general.
- La campaña C.5.6. Ayudas del Plan de vivienda 2018-2021, dirigida principalmente a familias numerosas, personas mayores de 65 años, personas con discapacidad, jóvenes, propietarios de viviendas, inquilinos de viviendas, constructores y promotores.
- La campaña C.6.1. Educar en igualdad de oportunidades, dirigida a informar a mayores de 18 de todas las medidas incluidas en el Plan de medidas sobre la brecha de género.
- La campaña C.6.4. Apoyo a la familia, especialmente dirigida a la familia.
- La campaña C.7.1. "Eres Vanguardia": sobre innovación y sostenibilidad en el sector agrario regional, dirigida a la población entre 30 a 70 años de edad.
- La campaña C.7.3. Promoción de nuevos productos sostenibles e innovadores, dirigida a población entre 30 a 70 años de edad.



- Las campañas C.8.2. Fomento del ahorro y eficiencia energética y C.8.3. Fomento de la producción y del autoconsumo de energía eléctrica de origen fotovoltaico, dirigida a la población general y a empresas de la Región de Murcia.
- La campaña C.8.4. La Manga 365, dirigida especialmente a vecinos y al sector empresarial, colectivos implicados y turistas de La Manga.

Gráfico 7. Público objetivo



## VII. PRESUPUESTO

La inversión en campañas de publicidad y comunicación institucional que la Administración Regional tiene previsto realizar durante el ejercicio 2019 asciende a un total de 2.930.750,00.- €, correspondiendo 875.100.-€ a la inversión de la Administración General y 2.055.650,00.- € al resto del sector público regional.

En cuanto al peso de la inversión por ejes destaca en primer lugar el Eje 10. Cultura y turismo con un presupuesto de 1.402.800.-€, atribuible básicamente al ITREM, y que representan el 48 % de la inversión; en segundo lugar el Eje 1. Economía y empleo con un presupuesto de 602.550,00.-€, atribuible en dos terceras partes al INFO, y que representa el 21% de la inversión y en tercer lugar representativo del peso inversor en publicidad institucional de la Administración General, el Eje 7. Agua



y agricultura con un presupuesto de 246.700,00.- €, que representa un 8% de la inversión, y el Eje 5. Infraestructura y seguridad con un presupuesto de 240.700,00.- €, que representa también otro 8% de la inversión.

**Tabla 2. Clasificación por ejes y por presupuesto<sup>2</sup>**

EJE	CAMPAÑAS	PRESUPUESTO	%
Empleo y economía	6	602.550,00 €	21%
Salud	3	47.800,00 €	2%
Educación y juventud	5	78.500,00 €	3%
Tecnología e investigación	8	62.700,00 €	2%
Infraestructuras y seguridad	8	240.700,00 €	8%
Familia e igualdad de oportunidades	4	93.000,00 €	3%
Agua y agricultura	3	246.700,00 €	8%
Medio Ambiente	4	123.500,00 €	4%
Participación ciudadana y fechas conmemorativas	2	32.500,00 €	1%
Cultura y turismo	5	1.402.800,00 €	48%
<b>Total</b>	<b>48</b>	<b>2.930.750,00 €</b>	<b>100%</b>

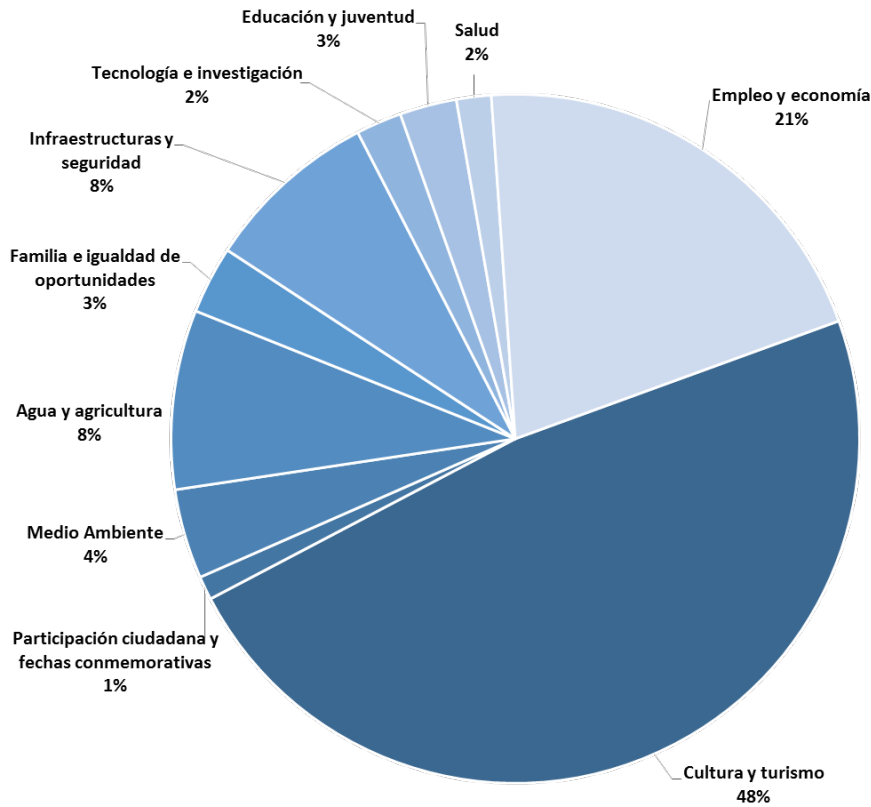
**Gráfico 8. Presupuesto de campañas por Ejes**



<sup>2</sup> Debe advertirse que todas las acciones de publicidad del Instituto de Fomento (INFO), incluidas en el Eje 1. Economía y empleo, así como las de Instituto de Turismo de la Región de Murcia (ITREM), incluidas en el Eje 10. Cultura y turismo, figuran bajo una única campaña, y, por tanto, sin desagregar.



Gráfico 9. Porcentaje presupuestario de campañas por Ejes



Atendiendo al peso de la inversión en publicidad institucional por Consejerías proponentes, la mayor inversión corresponde a la Consejería de Agua, Agricultura, Ganadería y Pesca, con dos campañas que ascienden a un presupuesto de 211.700,00.- €, y que representan el 24% de la inversión en publicidad de la Administración General, seguida de la propuesta de la Consejería de Fomento e Infraestructuras con un presupuesto 187.700,00.- € para 5 campañas, que representan el 21% de la inversión y, en tercer lugar, la Consejería de Empleo, Universidades, Empresa y Medio Ambiente con un presupuesto, para 4 campañas, de 150.400,00.- €, que representa el 17% de la inversión.

El peso de la inversión en publicidad institucional por el sector público es cuantitativamente superior al de la Administración General. La inversión del sector público se distribuye básicamente entre el Eje 10. Cultura y turismo, con un presupuesto de 1.375.000.- €, de los que corresponde gestionar al ITREM casi su totalidad, en concreto, 1.350.000.- €, y el Eje 1. Empleo y economía, con un presupuesto de 602.550,00.- €, de los que corresponde gestionar al INFO dos terceras partes, en concreto, 490.000.-€.



**Tabla 3. Clasificación por ámbito, proponente y presupuesto**

Ámbito	Consejería / Ente	Campañas	Presupuesto	%
<b>Administración General</b>	Presidencia	4	66.000,00 €	8%
	Hacienda	2	42.100,00 €	5%
	Transparencia, Participación y Portavoz	2	32.500,00 €	4%
	Agua, Agricultura, Ganadería y Pesca	2	211.700,00 €	24%
	Fomento e Infraestructuras	5	187.700,00 €	21%
	Empleo, Universidades, Empresa y Medio Ambiente	4	150.400,00 €	17%
	Educación, Juventud y Deportes	4	57.500,00 €	7%
	Salud	1	6.400,00 €	1%
	Familia e Igualdad de Oportunidades	4	93.000,00 €	11%
	Turismo y Cultura	3	27.800,00 €	3%
	<b>Total Administración General</b>	<b>31</b>	<b>875.100,00 €</b>	<b>100%</b>
<b>Sector público</b>	Agencia Tributaria de la Región de Murcia (ATRM)	2	17.550,00 €	1%
	Fundación Integra	6	20.000,00 €	1%
	Fundación para la formación e investigación sanitaria de la Región de Murcia	1	15.000,00 €	1%
	Fundación SENECA	2	38.700,00 €	2%
	Instituto de Fomento de la Región de Murcia (INFO)	1	490.000,00 €	24%
	Instituto de las Industrias Culturales y de las Artes (ICA)	1	25.000,00 €	1%
	Instituto de Turismo de la Región de Murcia (ITREM)	1	1.350.000,00 €	66%
	Instituto Murciano de Investigación y Desarrollo Agrario y Alimentario (IMIDA)	1	35.000,00 €	2%
	Servicio Murciano de Salud (SMS)	1	26.400,00 €	1%
	Servicio Regional de Empleo y Formación (SEF)	1	38.000,00 €	2%
	<b>Total sector público</b>	<b>17</b>	<b>2.055.650,00 €</b>	<b>100%</b>
<b>Total General</b>	<b>48</b>	<b>2.930.750,00 €</b>		

La Consejería de Transparencia, Participación Ciudadana y Portavoz, a través de la Dirección General de Medios de Comunicación, gestiona todo el presupuesto de publicidad institucional de la Administración General, a excepción de aquellas campañas realizadas con fondos europeos, que serán gestionadas por las Consejerías destinatarias de los mismos, en concreto, 11 campañas cuyo presupuesto asciende a 173.000,00.- €. Las campañas financiadas con fondos europeos son:



**Tabla 4. Campañas financiadas con fondos europeos**

Consejería / Ente	Código	Campaña	Presupuesto
Hacienda	C.4.1.	Administración Electrónica.	25.000,00 €
Fundación INTEGRAL	C.4.2.	Foro CECARM	2.500,00 €
Fundación INTEGRAL	C.4.3.	Red Ctnet	2.500,00 €
Fundación INTEGRAL	C.4.4.	Cursos FORMAC@RM	2.500,00 €
Fundación INTEGRAL	C.4.5.	REPLAY	2.500,00 €
Fundación INTEGRAL	C.4.6.	SICARM	7.500,00 €
Fundación INTEGRAL	C.4.7.	Patrimonio digital	2.500,00 €
IMIDA	C.7.3.	Promoción de nuevos productos sostenibles e innovadores	35.000,00 €
Empleo, Universidades, Empresa y Medio Ambiente	C.8.2.	Fomento del ahorro y de la eficiencia energética	40.000,00 €
Empleo, Universidades, Empresa y Medio Ambiente	C.8.3.	Fomento de la producción y del autoconsumo de energía eléctrica de origen fotovoltaico.	40.000,00 €
Fomento e Infraestructuras	C.8.4.	La Manga 365	13.000,00 €

**Tabla 5. Financiación con fondos europeos por ámbitos**

Ámbito	Consejería / Ente	Campañas	Presupuesto
<b>Administración General</b>	Hacienda	1	25.000,00 €
	Fomento e Infraestructuras	1	13.000,00 €
	Empleo, Universidades, Empresa y Medio Ambiente	2	80.000,00 €
	<b>Total Administración General</b>	<b>4</b>	<b>118.000,00 €</b>
<b>Sector público</b>	Fundación Integra	6	20.000,00 €
	Instituto Murciano de Investigación y Desarrollo Agrario y Alimentario (IMIDA)	1	35.000,00 €
	<b>Total sector público</b>	<b>7</b>	<b>55.000,00 €</b>
<b>Total General</b>		<b>11</b>	<b>173.000,00 €</b>

En la ejecución de las campañas de la Administración General, hay que distinguir dos fases: la creatividad de las campañas y su posterior difusión. La difusión de todas las campañas de publicidad institucional que se gestionen con fondos propios, será contratada por la consejería competente en materia de comunicación institucional, por medio de contratos basados en el “Acuerdo marco de servicios dirigido a la planificación y compra de espacios en medios de comunicación y demás soportes publicitarios, para la difusión de campañas de publicidad institucional”, formalizado el 26 de diciembre de 2018.





Así pues, la Consejería de Transparencia, Participación Ciudadana y Portavoz gestionará en el año 2019 un presupuesto en publicidad institucional de 783.500,00.-€, del cual destinará a creatividad un total de 94.500,00.- €, teniendo en cuenta que varias de las campañas ya cuenta con la creatividad, y a difusión 689.000,00.- €.

**Tabla 6. Campañas de la Administración General (sin fondos europeos)**

EJE	CAMPAÑAS	PRESUPUESTO	%
Empleo y economía	2	57.000,00 €	7%
Salud	2	32.800,00 €	4%
Educación y juventud	4	57.500,00 €	7%
Infraestructuras y seguridad	8	240.700,00 €	31%
Familia e igualdad de oportunidades	4	93.000,00 €	12%
Agua y agricultura	2	211.700,00 €	27%
Medio Ambiente	1	30.500,00 €	4%
Participación ciudadana y fechas conmemorativas	2	32.500,00 €	4%
Cultura y turismo	3	27.800,00 €	4%
<b>Total</b>	<b>28</b>	<b>783.500,00 €</b>	<b>100%</b>

## VIII. EVALUACIÓN

Una de las partes esenciales de todo Plan, para conocer su grado de cumplimiento y eficacia, es su evaluación. Para ello, es preciso efectuar un seguimiento de las acciones publicitarias llevadas a cabo y medir el grado de consecución real de los objetivos perseguidos, realizando estudios posteriores a la ejecución de las campañas sobre el impacto conseguido con la acción publicitaria, con indicadores cuantificables que permitan evaluar el cumplimiento de los principios de eficacia, austeridad y eficiencia en el gasto público.

Por este motivo, además del informe o memoria de ejecución y valoración final del resultado de cada una de las campañas, que deberán elaborar las empresas que resulten adjudicatarias de la creatividad y difusión de las campañas, la consejería competente en materia de comunicación institucional, a través del Consejo de Publicidad y de Comunicación Institucional –en cuanto órgano encargado de evaluar las actividades de publicidad y comunicación de la Administración pública de la CARM-, y como rendición de cuentas, elaborará en el primer trimestre de 2020 un informe anual de publicidad y comunicación, que será aprobado por el Consejo de Gobierno, publicado en el Portal de Transparencia





de la CARM y remitido a la Asamblea Regional.

El informe anual incluirá, con el máximo grado de detalle, todas las campañas institucionales desarrolladas, su importe, los criterios de adjudicación utilizados, los adjudicatarios de los contratos celebrados, la relación de objetivos perseguidos a los que se vinculan las campañas, los planes de medios, las partidas de gasto vinculadas a la ejecución de la campaña publicitaria (especificando expresamente el peso inversor por departamento), y los datos disponibles en relación con la efectividad de las campañas.

## IX. CONCLUSIONES

El Plan se ha elaborado, siguiendo los parámetros legales de la recién aprobada Ley 13/2018, de 29 de noviembre, de Comunicación y Publicidad Institucional de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia, por el Consejo de Publicidad y Comunicación Institucional de la Región de Murcia con las propuestas de todas las Consejerías y entes del sector público regional, e incluye, por tanto, todas las campañas de publicidad institucional de la Administración Pública como del sector público regional.

El Plan cumple una finalidad puramente informativa y planificadora, siendo un instrumento flexible al que se pueden incorporar nuevas campañas de interés público que resulten necesarias.

La principal prioridad interés público en materia de publicidad y comunicación institucional para el año 2019 es informar a los ciudadanos de sus derechos y deberes, así como de los servicios, actividades y programas de los que se puede beneficiar y hacer uso (apartados D y B del artículo 2 de la ley).

En total, la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia ha previsto desarrollar durante el año 2019 48 campañas<sup>3</sup> de publicidad institucional, con un presupuesto de 2.930.750,00.-€, correspondiendo 875.100.-€ a la inversión de la Administración General en publicidad y 2.055.650,00.- € a la del resto del sector público regional.

Los ejes con mayor número de campañas son: en primer lugar el Eje 4. Tecnología e investigación y el Eje 5. Infraestructura y Seguridad con un total de 8 campañas por eje, y, en segundo lugar, el Eje 1. Empleo y economía con un total de 6 campañas.

---

<sup>3</sup> Recuérdese que todas las acciones de publicidad del Instituto de Fomento (INFO), incluidas en el Eje 1. Economía y empleo, así como las de Instituto de Turismo de la Región de Murcia (TREM), incluidas en el Eje 10. Cultura y turismo, figuran bajo una única campaña, y por tanto sin desagregar.





En cuanto al peso de la inversión por ejes destaca:

- 1º El Eje 10. Cultura y turismo con un presupuesto de 1.402.800.-€, atribuible básicamente al ITREM, y que representan el 48 % de la inversión;
- 2º El Eje 1. Economía y empleo con un presupuesto de 602.550,00.-€, atribuible en dos terceras partes al INFO, y que representa el 21% de la inversión
- 3º Representativo del peso inversor en publicidad institucional de la Administración General, el Eje 7. Agua y agricultura con un presupuesto de 246.700,00.- €, que representa un 8% de la inversión, y el Eje 5. Infraestructura y seguridad con un presupuesto de 240.700,00.- €, que representa también otro 8% de la inversión.

Atendiendo al peso de la inversión por Consejerías proponentes destaca:

- 1º La Consejería de Agua, Agricultura, Ganadería y Pesca, con un presupuesto de 211.700,00.- €, que representa el 24% de la inversión en publicidad de la Administración General.
- 2º La Consejería de Fomento e Infraestructuras con un presupuesto 187.700,00.- €, que representa el 21% de la inversión.
- 3º La Consejería de Empleo, Universidades, Empresa y Medio Ambiente con un presupuesto de 150.400,00 €, que representa el 17% de la inversión.

En cuanto a la distribución de las herramientas de comunicación, los medios digitales junto a las redes sociales se prevé que sean los medios más utilizados en las campañas de publicidad, estando presentes en el 25% de las mismas, seguidos de la radio y prensa que se proponen para el 22% de las campañas, respectivamente. En cuanto al público objetivo de las campañas, en un 56% se centran en público general, mientras que un 44% se orientan a sectores específicos.

El Plan se ha estructurado en 10 ejes por materias, que a su vez se integran por las 48 campañas institucionales que a continuación se detallan en las fichas del siguiente Anexo.





Firmante: FRUCTUOSO SANCHEZ, ANA MARIA

14.02/2019.13.31.17 | Firmante: ARROYO HERNANDEZ, NOELIA MARIA

14.02/2019.13.41.26

Esta es una copia auténtica imprimible de un documento electrónico administrativo archivado por la Comunidad Autónoma de Murcia, según artículo 27.3.c) de la Ley 39/2015. Su autenticidad puede ser contrastada accediendo a la siguiente dirección: <https://sede.carm.es/verificardocumentos> e introduciendo el código seguro de verificación (CSV) CARM-e6a7c9a1-3035-8147-b51f-0050569b34e7



Firmante: FRUCTUOSO SANCHEZ, ANA MARIA

14.02/2019.13.31.17 | Firmante: ARROYO HERNANDEZ, NOELIA MARIA

14.02/2019.13.41.26

Esta es una copia auténtica imprimible de un documento electrónico administrativo archivado por la Comunidad Autónoma de Murcia, según artículo 27.3.c) de la Ley 39/2015. Su autenticidad puede ser contrastada accediendo a la siguiente dirección: <https://sede.carm.es/verificardocumentos> e introduciendo el código seguro de verificación (CSV) CARM-e6a7c9a1-3035-8147-b51f-0050569b34e7

# ANEXO



Firmante: FRUCTUOSO SANCHEZ, ANA MARIA

14.02/2019.13.31.17 | Firmante: ARROYO HERNANDEZ, NOELIA MARIA

14.02/2019.13.41.26

Esta es una copia auténtica imprimible de un documento electrónico administrativo archivado por la Comunidad Autónoma de Murcia, según artículo 27.3.c) de la Ley 39/2015. Su autenticidad puede ser contrastada accediendo a la siguiente dirección: <https://sede.carm.es/verificardocumentos> e introduciendo el código seguro de verificación (CSV) CARM-e6a7c9a1-3035-8147-b51f-0050569b34e7



## ÍNDICE DE EJES Y CAMPAÑAS

### 1. EMPLEO Y ECONOMÍA.

---

- 1.1. Empleo público 2019 (C. Hacienda)
- 1.2. Mujer: empleo y formación (SEF)
- 1.3. Políticas activas de empleo ( C. Empleo, Universidades, Empresa y Medio Ambiente)
- 1.4. Promoción actividades (INFO)
- 1.5. Difusión de los periodos voluntarios de pago de tributos locales (ATRM)
- 1.6. Sensibilización fiscal e información y asistencia al ciudadano en el cumplimiento de sus obligaciones fiscales (ATRM).

### 2. SALUD.

---

- 2.1. Vacunación contra la gripe (C. Salud)
- 2.2. Portal del paciente ( C. Salud)
- 2.3. Escuela de salud (Fundación para la formación e investigación sanitaria en la RM Prevención VIH)

### 3. EDUCACIÓN Y JUVENTUD.

---

- 3.1. Estrategia para el éxito educativo: objetivo 2020 (C. Educación, Juventud y Deportes)
- 3.2. Gracias Docente (C. Educación, Juventud y Deportes)
- 3.3. + IDIOMAS (C. Educación, Juventud y Deportes)
- 3.4. Plan Regional de Juventud. ( C. Educación, Juventud y Deporte)
- 3.5. Vocaciones STEM ( F. Seneca)

### 4. TECNOLOGÍA E INVESTIGACIÓN.

---

- 4.1. Administración electrónica (C. Hacienda)
- 4.2. Foro CECARM (Fundación Integra)
- 4.3. Red Regional de ciencia y tecnología (CTnet) (Fundación Integra)
- 4.4. FORM@CARM (Fundación Integra)
- 4.5. Replay (Fundación Integra)
- 4.6. SICARM (Fundación Integra)
- 4.7. Patrimonio digital (Fundación Integra)
- 4.8. Semana de la ciencia y la tecnología ( Fundación Seneca)



## 5. INFRAESTRUCTURAS Y SEGURIDAD.

---

- 5.1. Aeropuerto Internacional de la Región de Murcia (C. Fomento e Infraestructuras).
- 5.2. Plan de cooperación de obras y servicios (C. Presidencia)
- 5.3. Plan de pedanías, diputaciones, barrios periféricos y/o deprimidos (C. Presidencia)
- 5.4. Sensibilización para fomentar la accesibilidad en los edificios (C. Fomento e Infraestructuras)
- 5.5. Transporte público (C. Fomento e Infraestructuras)
- 5.6. Ayudas del Plan de vivienda 2018-2021 (C. Fomento e Infraestructuras)
- 5.7. Plan COPLA 2019 (C. Presidencia)
- 5.8. Plan INFORMUR 2019 (C. Presidencia)

## 6. FAMILIA E IGUALDAD DE OPORTUNIDADES.

---

- 6.1. Educar en igualdad de oportunidades.
- 6.2. Campaña contra la violencia de género.
- 6.3. Recursos para nuestros mayores.
- 6.4. Apoyo a la Familia.

## 7. AGUA Y AGRICULTURA.

---

- 7.1. Eres vanguardia: sobre innovación y sostenibilidad en el sector agrario regional (C. Agua, Agricultura, Ganadería y Pesca)
- 7.2. 40 años de agricultura sostenible y uso eficiente del agua en la Región de Murcia (C. Agua, Agricultura, Ganadería y Pesca)
- 7.3. Promoción de nuevos productos sostenibles e innovadores (IMIDA)

## 8. MEDIO AMBIENTE.

---

- 8.1. Canal del Mar Menor (C. Empleo, Universidades, Empresa y Medio Ambiente).
- 8.2. Fomento del ahorro y la eficiencia energética. (C. Empleo, Universidades, Empresa y Medio Ambiente)
- 8.3. Fomento de la producción y del autoconsumo de energía eléctrica de origen fotovoltaico (C. Empleo, Universidades, Empresa y Medio Ambiente)
- 8.4. La Manga 365 (C. Fomento e Infraestructuras)

## 9. PARTICIPACIÓN CIUDADANA Y FECHAS CONMEMORATIVAS.

---

- 9.1. Presupuestos participativos (C. Transparencia)
- 9.2. Día de la Región (C. Transparencia)







## 10. CULTURA Y TURISMO.

- 10.1. Actividades en los Museos de la Región de Murcia (C. Cultura y Turismo)
- 10.2. Día Internacional de los Museos (C. Cultura y Turismo)
- 10.3. Plan fomento lectura (C. Cultura y Turismo)
- 10.4. Promoción turística nacional e internacional (ITREM)
- 10.5. Murcia Región de festivales (ICA)





## 1. EMPLEO Y ECONOMÍA

### CONSEJERÍA DE HACIENDA

#### DIRECCIÓN GENERAL DE LA FUNCIÓN PÚBLICA Y CALIDAD DE LOS SERVICIOS

CAMPAÑA Nº 1.1		OFERTA EMPLEO PÚBLICO 2019		
<b>Objetivo y finalidad:</b> Informar a los ciudadanos de los procesos selectivos que convoca la administración, así como sobre la oferta de empleo público para el 2019.				
<b>Coste estimado</b>	<b>Creatividad:</b>	<b>Difusión:</b>	<b>TOTAL:</b>	
	2.100,00 €	15.000,00 €	17.100,00 €	
<b>Período de ejecución:</b> Primer trimestre				
<b>Soporte/s:</b> Prensa digital y exterior.				
<b>Zona de influencia:</b> Región de Murcia				
<b>Población objetivo:</b> Personas de 18 a 65 años				
<b>Medidas de accesibilidad:</b> Subtitulación, doble A en accesibilidad web...				

## 1. EMPLEO Y ECONOMÍA

### CONSEJERÍA DE EMPLEO, UNIVERSIDADES, EMPRESA Y MEDIO AMBIENTE

#### SERVICIO REGIONAL DE EMPLEO Y FORMACIÓN

CAMPAÑA Nº 1.2		MUJER: EMPLEO Y FORMACIÓN		
<b>Objetivo y finalidad:</b> Fomentar la participación de la mujer en las políticas activas de empleo dándole a conocer todos los recursos que tiene a su alcance para impulsar sus opciones de empleo, tanto las de acceso al mercado laboral como las de permanencia en el mismo.				
<b>Coste estimado</b>	<b>Creatividad:</b>	<b>Difusión:</b>	<b>TOTAL:</b>	
	12.000,00 €	26.000,00 €	38.000,00 €	
<b>Período de ejecución:</b> Primer semestre				
<b>Soporte/s:</b> Radio, prensa, internet, exterior y cine				
<b>Zona de influencia:</b> Región de Murcia				
<b>Población objetivo:</b> Mujeres				
<b>Medidas de accesibilidad:</b> Subtitulación, audiodescripción...				





## 1. EMPLEO Y ECONOMÍA

### CONSEJERÍA DE EMPLEO, UNIVERSIDADES, EMPRESA Y MEDIO AMBIENTE

#### S.G. DE EMPLEO, UNIVERSIDADES, EMPRESA Y MEDIO AMBIENTE

CAMPAÑA Nº 1.3	POLÍTICAS ACTIVAS DE EMPLEO		
<b>Objetivo y finalidad:</b> Dar a conocer a las personas desempleadas, trabajadores ocupados y empleadores todos los recursos disponibles en políticas activas de empleo para la mejora de la empleabilidad, de la estabilidad en el empleo, de la competitividad y de la productividad de las empresas, así como informar de las posibilidades de establecimiento como autónomo.			
<b>Coste estimado</b>	<b>Creatividad:</b>	<b>Difusión:</b>	<b>TOTAL:</b>
	4.900,00 €	35.000,00 €	<b>39.900,00 €</b>
<b>Período de ejecución:</b>	Primer trimestre		
<b>Soporte/s:</b>	Prensa digital, radio, televisión y exterior.		
<b>Zona de influencia:</b>	Región de Murcia		
<b>Población objetivo:</b>	Desempleados que sean jóvenes, mayores de 45 años, de larga duración o que opten por el autoempleo		
<b>Medidas de accesibilidad:</b> Subtitulación, audiodescripción...			

## 1. EMPLEO Y ECONOMÍA

### CONSEJERÍA DE EMPLEO, UNIVERSIDADES, EMPRESA Y MEDIO AMBIENTE

#### INFO

CAMPAÑA Nº 1.4	PROMOCIÓN ACTIVIDADES INFO		
<b>Objetivo y finalidad:</b> Dar a conocer los servicios, proyectos y programas, así como las convocatorias de subvenciones del Instituto de Fomento.			
<b>Coste estimado</b>	<b>Creatividad:</b>	<b>Difusión:</b>	<b>TOTAL:</b>
	90.000,00 €	400.000,00 €	<b>490.000,00 €</b>
<b>Período de ejecución:</b>	Anual		
<b>Soporte/s:</b>	Eventos, jornadas, talleres, publicidad on y off line, vídeos...		
<b>Zona de influencia:</b>	Región de Murcia		
<b>Población objetivo:</b>	Empresarios y emprendedores de la Región de Murcia		
<b>Medidas de accesibilidad:</b> Subtitulación, audiodescripción...			





1. EMPLEO Y ECONOMÍA			
CONSEJERÍA DE HACIENDA			
AGENCIA TRIBUTARIA DE LA REGIÓN DE MURCIA			
<b>CAMPAÑA Nº 1.5</b>	<b>DIFUSIÓN DE LOS PERIODOS VOLUNTARIOS DE PAGO DE TRIBUTOS LOCALES</b>		
<b>Objetivo y finalidad:</b> Informar sobre la apertura y fin del periodo voluntario de pago de los principales tributos locales gestionados por la ATRM, con el fin de incentivar el pago voluntario de los mismos.			
<b>Coste estimado</b>	<b>Creatividad:</b>	<b>Difusión:</b>	<b>TOTAL:</b>
	0,00 €	11.700,00 €	<b>11.700,00 €</b>
<b>Período de ejecución:</b> Anual, especialmente el primer y tercer cuatrimestre			
<b>Soporte/s:</b> Radio, prensa, internet y exterior			
<b>Zona de influencia:</b> Región de Murcia			
<b>Población objetivo:</b> General			
<b>Medidas de accesibilidad:</b> No se prevén			

1. EMPLEO Y ECONOMÍA			
CONSEJERÍA DE HACIENDA			
AGENCIA TRIBUTARIA DE LA REGIÓN DE MURCIA			
<b>CAMPAÑA Nº 1.6</b>	<b>INFORMACIÓN Y ASISTENCIA EN EL CUMPLIMIENTO DE LAS OBLIGACIONES FISCALES.</b>		
<b>Objetivo y finalidad:</b> Informar al ciudadano sobre las medidas de trascendencia tributaria incluidas en la Ley de Presupuestos del ejercicio 2019 y asistirlo para garantizar el correcto cumplimiento de sus obligaciones tributarias.			
<b>Coste estimado</b>	<b>Creatividad:</b>	<b>Difusión:</b>	<b>TOTAL:</b>
	2.350,00 €	3.500,00 €	<b>5.850,00 €</b>
<b>Período de ejecución:</b> Primer trimestre			
<b>Soporte/s:</b> Prensa e Internet			
<b>Zona de influencia:</b> Región de Murcia			
<b>Población objetivo:</b> General			
<b>Medidas de accesibilidad:</b>			





## 2. SALUD

### CONSEJERÍA DE SALUD

#### DIRECCIÓN GENERAL DE SALUD PÚBLICA Y ADICCIONES

<b>CAMPAÑA Nº 2.1</b>	<b>VACUNACIÓN CONTRA LA GRIPE</b>		
<b>Objetivo y finalidad:</b> Concienciar a la población sobre la importancia de vacunarse contra la gripe, con el objetivo de aumentar la cobertura de vacunación sobre la población diana (mayores, embarazadas, etc...)			
<b>Coste estimado</b>	<b>Creatividad:</b>	<b>Difusión:</b>	<b>TOTAL:</b>
	1.400,00 €	5.000,00 €	<b>6.400,00 €</b>
<b>Período de ejecución:</b>	Tercer trimestre		
<b>Soporte/s:</b>	Radio, RRSS y TV		
<b>Zona de influencia:</b>	Región de Murcia		
<b>Población objetivo:</b>	Mayores, embarazadas, personal sanitario, etc...		
<b>Medidas de accesibilidad:</b> Subtitulación			

## 2. SALUD

### CONSEJERÍA DE SALUD

#### SERVICIO MURCIANO DE SALUD

<b>CAMPAÑA Nº 2.2</b>	<b>PORTAL DEL PACIENTE</b>		
<b>Objetivo y finalidad:</b> Fomentar el uso del Portal del Paciente entre los usuarios del SMS.			
<b>Coste estimado</b>	<b>Creatividad:</b>	<b>Difusión:</b>	<b>TOTAL:</b>
	1.400,00 €	25.000,00 €	<b>26.400,00 €</b>
<b>Período de ejecución:</b>	Anual		
<b>Soporte/s:</b>	Radios, televisiones locales y RRSS		
<b>Zona de influencia:</b>	Región de Murcia		
<b>Población objetivo:</b>	Todos los usuarios del Servicio Murciano de Salud.		
<b>Medidas de accesibilidad:</b> Subtitulación			





## 2. SALUD

### CONSEJERÍA DE SALUD

#### FUNDACION PARA LA FORMACION E INVESTIGACIÓN SANITARIAS DE LA REGION DE MURCIA

CAMPAÑA Nº 2.3		ESCUELA DE SALUD		
<b>Objetivo y finalidad:</b>				
Dar a conocer la Escuela de Salud a toda la población y a los agentes sociales. Involucrar a instituciones, profesionales, asociaciones y ciudadanos en el desarrollo de programas y actividades de la Escuela de Salud. Impulsar la participación de los ciudadanos en las actividades de la Escuela de Salud.				
<b>Coste estimado</b>	<b>Creatividad:</b>	<b>Difusión:</b>	<b>TOTAL:</b>	
	1.500,00 €	13.500,00 €	15.000,00 €	
<b>Período de ejecución:</b> Anual.				
<b>Soporte/s:</b> Prensa, internet, cartelería y merchandising				
<b>Zona de influencia:</b> Región de Murcia				
<b>Población objetivo:</b> General				
<b>Medidas de accesibilidad:</b>				
Subtitulación y lenguaje de signos en caso necesario				

## 3. EDUCACIÓN Y JUVENTUD

### CONSEJERÍA DE EDUCACIÓN, JUVENTUD Y DEPORTES

#### DIRECCIÓN GENERAL DE ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD Y CALIDAD EDUCATIVA

CAMPAÑA Nº 3.1		ESTRATEGIA PARA EL ÉXITO EDUCATIVO: OBJETIVO 2020		
<b>Objetivo y finalidad:</b>				
Dar a conocer las medidas recogidas en el Plan de éxito educativo a alumnos, profesores y familias, con el objetivo de reducir la tasa de abandono educativo temprano en la Región.				
<b>Coste estimado</b>	<b>Creatividad:</b>	<b>Difusión:</b>	<b>TOTAL:</b>	
	0,00 €	12.000,00 €	12.000,00 €	
<b>Período de ejecución:</b> Primer trimestre				
<b>Soporte/s:</b> Radio, prensa e internet.				
<b>Zona de influencia:</b> Región de Murcia				
<b>Población objetivo:</b> General. Familias				
<b>Medidas de accesibilidad:</b>				
Vídeo (escritura sobre pizarra)				





### 3. EDUCACIÓN Y JUVENTUD

#### CONSEJERÍA DE EDUCACIÓN, JUVENTUD Y DEPORTES

#### DIRECCIÓN GENERAL DE RECURSOS HUMANOS

CAMPAÑA Nº 3.2		GRACIAS DOCENTE		
<b>Objetivo y finalidad:</b> Campaña para dignificar la figura del docente en la Región de Murcia. Agradecer su labor.				
<b>Coste estimado</b>	<b>Creatividad:</b>	<b>Difusión:</b>	<b>TOTAL:</b>	
	0,00 €	12.000,00 €	12.000,00 €	
<b>Período de ejecución:</b>	Primer trimestre			
<b>Soporte/s:</b>	Radio, prensa, internet, exterior y cine			
<b>Zona de influencia:</b>	Región de Murcia			
<b>Población objetivo:</b>	General. Docentes			
<b>Medidas de accesibilidad:</b> Subtitulación				

### 3. EDUCACIÓN Y JUVENTUD

#### CONSEJERÍA DE EDUCACIÓN, JUVENTUD Y DEPORTES

#### DIRECCIÓN GENERAL DE ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD Y CALIDAD EDUCATIVA

CAMPAÑA Nº 3.3		+IDIOMAS		
<b>Objetivo y finalidad:</b> Fomentar el estudio de idiomas y divulgar la oferta idiomática de los centros escolares.				
<b>Coste estimado</b>	<b>Creatividad:</b>	<b>Difusión:</b>	<b>TOTAL:</b>	
	0,00 €	12.000,00 €	12.000,00 €	
<b>Período de ejecución:</b>	Primer trimestre			
<b>Soporte/s:</b>	Radio, prensa e internet			
<b>Zona de influencia:</b>	Región de Murcia			
<b>Población objetivo:</b>	General. Familias			
<b>Medidas de accesibilidad:</b>				





### 3. EDUCACIÓN Y JUVENTUD

#### CONSEJERÍA DE EDUCACIÓN, JUVENTUD Y DEPORTES

#### DIRECCIÓN GENERAL DE JUVENTUD

<b>CAMPAÑA Nº 3.4</b>	<b>PLAN REGIONAL DE JUVENTUD</b>		
<b>Objetivo y finalidad:</b> Impulsar la participación de los jóvenes en la elaboración del Plan Regional de Juventud 2019-2023.			
<b>Coste estimado</b>	<b>Creatividad:</b>	<b>Difusión:</b>	<b>TOTAL:</b>
	3.500,00 €	18.000,00 €	<b>21.500,00 €</b>
<b>Período de ejecución:</b>	Primer trimestre		
<b>Soporte/s:</b>	Prensa, internet, redes sociales, exterior y cine		
<b>Zona de influencia:</b>	Región de Murcia		
<b>Población objetivo:</b>	Jóvenes		
<b>Medidas de accesibilidad:</b> Subtitulación			

### 3. EDUCACIÓN Y JUVENTUD

#### CONSEJERÍA DE EMPLEO, UNIVERSIDADES, EMPRESA Y MEDIO AMBIENTE

#### FUNDACIÓN SENECA (AGENCIA DE CIENCIA Y TECNOLOGÍA DE LA REGIÓN DE MURCIA)

<b>CAMPAÑA Nº 3.5</b>	<b>VOCACIONES STEM.</b>		
<b>Objetivo y finalidad:</b> Fomentar entre los niños y jóvenes las vocaciones en el área STEM (Ciencia, Tecnología, Ingeniería y Matemáticas) en la Región de Murcia.			
<b>Coste estimado</b>	<b>Creatividad:</b>	<b>Difusión:</b>	<b>TOTAL:</b>
	7.000,00 €	14.000,00 €	<b>21.000,00 €</b>
<b>Período de ejecución:</b>	Anual		
<b>Soporte/s:</b>	Web, redes sociales, prensa, radio y TV		
<b>Zona de influencia:</b>	Región de Murcia		
<b>Población objetivo:</b>	Niños y jóvenes		
<b>Medidas de accesibilidad:</b> Subtitulación, audiodescripción...			







#### 4. TECNOLOGÍA E INVESTIGACIÓN

##### CONSEJERÍA DE HACIENDA

##### DIRECCIÓN GENERAL DE INFORMÁTICA, PATRIMONIO Y TELECOMUNICACIONES

<b>CAMPAÑA Nº 4.1</b>	<b>ADMINISTRACIÓN ELECTRÓNICA</b>		
<b>Objetivo y finalidad:</b> Dar a conocer a los ciudadanos los nuevos servicios basados en las tecnologías para relacionarse con la Administración.			
<b>Coste estimado</b>	<b>Creatividad:</b>	<b>Difusión:</b>	<b>TOTAL:</b>
	7.000,00 €	18.000,00 €	25.000,00 €
<b>Período de ejecución:</b>	Primer trimestre		
<b>Soporte/s:</b>	Radio, prensa e internet		
<b>Zona de influencia:</b>	Región de Murcia		
<b>Población objetivo:</b>	General		
<b>Medidas de accesibilidad:</b> Los soportes de radio y prensa escrita utilizados conjuntamente actúan como medida de accesibilidad. En el caso de internet, se utilizan herramientas con funcionalidades que facilitan la navegación a personas con discapacidad motora o intelectual.			

#### 4. TECNOLOGÍA E INVESTIGACIÓN

##### CONSEJERÍA DE HACIENDA

##### FUNDACIÓN INTEGRAL

<b>CAMPAÑA Nº 4.2</b>	<b>FORO CECARM</b>		
<b>Objetivo y finalidad:</b> Invitar a asistir y a participar en el Foro regional de negocio electrónico.			
<b>Coste estimado</b>	<b>Creatividad:</b>	<b>Difusión:</b>	<b>TOTAL:</b>
	200,00 €	2.300,00 €	2.500,00 €
<b>Período de ejecución:</b>	Tercer trimestre.		
<b>Soporte/s:</b>	Banners digitales y medios regionales		
<b>Zona de influencia:</b>	Región de Murcia		
<b>Población objetivo:</b>	Emprendedores con negocios on-line ya funcionando o con ideas para su puesta en marcha.		
<b>Medidas de accesibilidad:</b> Gifs animados y textos con colores de máximo contraste.			





#### 4. TECNOLOGÍA E INVESTIGACIÓN

##### CONSEJERÍA DE HACIENDA

##### FUNDACIÓN INTEGRAL

<b>CAMPAÑA Nº 4.3</b>	<b>RED CTNET</b>		
<b>Objetivo y finalidad:</b> Dar a conocer la existencia de la red regional de comunicaciones de I+D+i CTnet, que gestiona la Fundación Integra.			
<b>Coste estimado</b>	<b>Creatividad:</b> 200,00 €	<b>Difusión:</b> 2.300,00 €	<b>TOTAL:</b> 2.500,00 €
<b>Período de ejecución:</b> Cuarto trimestre			
<b>Soporte/s:</b> Banners digitales y medios regionales			
<b>Zona de influencia:</b> Región de Murcia			
<b>Población objetivo:</b> Investigadores, universitarios y población en general			
<b>Medidas de accesibilidad:</b> Gifs animados y textos con colores de máximo contraste.			

#### 4. TECNOLOGÍA E INVESTIGACIÓN

##### CONSEJERÍA DE HACIENDA

##### FUNDACIÓN INTEGRAL

<b>CAMPAÑA Nº 4.4</b>	<b>CURSOS FORMACARM</b>		
<b>Objetivo y finalidad:</b> Fomentar el seguimiento de cursos on-line gratuitos de la plataforma regional Form@carm.			
<b>Coste estimado</b>	<b>Creatividad:</b> 200,00 €	<b>Difusión:</b> 2.300,00 €	<b>TOTAL:</b> 2.500,00 €
<b>Período de ejecución:</b> Cuarto trimestre			
<b>Soporte/s:</b> Banners digitales y medios regionales			
<b>Zona de influencia:</b> Región de Murcia			
<b>Población objetivo:</b> Desempleados y población en general			
<b>Medidas de accesibilidad:</b> Gifs animados y textos con colores de máximo contraste.			





#### 4. TECNOLOGÍA E INVESTIGACIÓN

##### CONSEJERÍA DE HACIENDA

##### FUNDACIÓN INTEGRÁ

CAMPAÑA Nº 4.5		REPLAY		
<b>Objetivo y finalidad:</b> Dar a conocer la plataforma regional de retransmisión de plenos municipales, REPLAY, que gestiona la Fundación Integra.				
<b>Coste estimado</b>	<b>Creatividad:</b>	<b>Difusión:</b>	<b>TOTAL:</b>	
	200,00 €	2.300,00 €	2.500,00 €	
<b>Período de ejecución:</b>	Cuarto trimestre			
<b>Soporte/s:</b>	Banners digitales y medios regionales			
<b>Zona de influencia:</b>	Región de Murcia			
<b>Población objetivo:</b>	General			
<b>Medidas de accesibilidad:</b> Gifs animados y textos con colores de máximo contraste.				

#### 4. TECNOLOGÍA E INVESTIGACIÓN

##### CONSEJERÍA DE HACIENDA

##### FUNDACIÓN INTEGRÁ

CAMPAÑA Nº 4.6		SICARM		
<b>Objetivo y finalidad:</b> Invitar a asistir y a participar en la celebración del Foro/demostrador de Nuevas Tecnologías, SICARM, itinerante por municipios.				
<b>Coste estimado</b>	<b>Creatividad:</b>	<b>Difusión:</b>	<b>TOTAL:</b>	
	500,00 €	7.000,00 €	7.500,00 €	
<b>Período de ejecución:</b>	Cuarto trimestre			
<b>Soporte/s:</b>	Banners digitales y medios regionales. Banderolas en municipios donde se celebra.			
<b>Zona de influencia:</b>	Región de Murcia			
<b>Población objetivo:</b>	General			
<b>Medidas de accesibilidad:</b> Gifs animados y textos con colores de máximo contraste.				





#### 4. TECNOLOGÍA E INVESTIGACIÓN

##### CONSEJERÍA DE HACIENDA

##### FUNDACIÓN INTEGRAL

CAMPAÑA Nº 4.7	PATRIMONIO DIGITAL		
<b>Objetivo y finalidad:</b> Dar a conocer los contenidos digitales y documentales que gestiona y produce la Fundación Integral relacionados con el patrimonio regional, así como la web y el canal específico de youtube en el que están publicados.			
<b>Coste estimado</b>	<b>Creatividad:</b>	<b>Difusión:</b>	<b>TOTAL:</b>
	200,00 €	2.300,00 €	<b>2.500,00 €</b>
<b>Período de ejecución:</b>	Segundo trimestre		
<b>Soporte/s:</b>	Banners digitales y medios regionales		
<b>Zona de influencia:</b>	Región de Murcia		
<b>Población objetivo:</b>	General		
<b>Medidas de accesibilidad:</b> Gifs animados y textos con colores de máximo contraste.			

#### 4. TECNOLOGÍA E INVESTIGACIÓN

##### CONSEJERÍA DE EMPLEO, UNIVERSIDADES, EMPRESA Y MEDIO AMBIENTE

##### FUNDACIÓN SENECA (AGENCIA DE CIENCIA Y TECNOLOGÍA DE LA REGIÓN DE MURCIA)

CAMPAÑA Nº 4.8	SEMANA DE LA CIENCIA Y LA TECNOLOGÍA.		
<b>Objetivo y finalidad:</b> Difundir las actividades de la "Semana de la Ciencia y la Tecnología", y resaltar los elementos más novedosos aportados por los participantes.			
<b>Coste estimado</b>	<b>Creatividad:</b>	<b>Difusión:</b>	<b>TOTAL:</b>
	4.000,00 €	13.700,00 €	<b>17.700,00 €</b>
<b>Período de ejecución:</b>	Cuarto trimestre (octubre – noviembre)		
<b>Soporte/s:</b>	Prensa y folletos.		
<b>Zona de influencia:</b>	Región de Murcia		
<b>Población objetivo:</b>	General		
<b>Medidas de accesibilidad:</b> Audiodescripción.			





## 5. INFRAESTRUCTURAS Y SEGURIDAD

### CONSEJERÍA DE FOMENTO E INFRAESTRUCTURAS

#### DIRECCIÓN GENERAL DE TRANSPORTES, COSTAS Y PUERTOS

<b>CAMPAÑA Nº 5.1</b>	<b>AEROPUERTO INTERNACIONAL DE LA REGIÓN DE MURCIA</b>		
<b>Objetivo y finalidad:</b> Informar sobre la apertura del Aeropuerto.			
<b>Coste estimado</b>	<b>Creatividad:</b> 5.600,00 €	<b>Difusión:</b> 100.000,00 €	<b>TOTAL:</b> 105.600,00 €
<b>Período de ejecución:</b>	Primer trimestre		
<b>Soporte/s:</b>	Prensa impresa y digital, radio, televisión, exterior y cines.		
<b>Zona de influencia:</b>	Región de Murcia		
<b>Población objetivo:</b>	General		
<b>Medidas de accesibilidad:</b> Subtitulación y audiodescripción.			

## 5. INFRAESTRUCTURAS Y SEGURIDAD

### CONSEJERÍA DE PRESIDENCIA

#### DIRECCIÓN GENERAL DE ADMINISTRACIÓN LOCAL

<b>CAMPAÑA Nº 5.2</b>	<b>PLAN DE COOPERACIÓN DE OBRAS Y SERVICIOS</b>		
<b>Objetivo y finalidad:</b> Informar a los ciudadanos de los nuevos servicios y obras de competencia municipal que se van a acometer con financiación autonómica en los municipios de la región de menos de 50.000 habitantes.			
<b>Coste estimado</b>	<b>Creatividad:</b> 3.500,00 €	<b>Difusión:</b> 15.000,00 €	<b>TOTAL:</b> 18.500,00 €
<b>Período de ejecución:</b>	Anual		
<b>Soporte/s:</b>	TV, radio, prensa e internet.		
<b>Zona de influencia:</b>	Región de Murcia		
<b>Población objetivo:</b>	General		
<b>Medidas de accesibilidad:</b> Subtitulación			





## 5. INFRAESTRUCTURAS Y SEGURIDAD

### CONSEJERÍA DE PRESIDENCIA

#### DIRECCIÓN GENERAL DE ADMINISTRACIÓN LOCAL

<b>CAMPAÑA Nº 5.3</b>	<b>PLAN DE PEDANÍAS, DIPUTACIONES, BARRIOS PERIFÉRICOS Y/O DEPRIMIDOS</b>		
<b>Objetivo y finalidad:</b> Informar a los ciudadanos de las obras en infraestructuras básicas y otras de competencia municipal a realizar en pedanías, barrios periféricos y/ o deprimidos de municipios de más 50.000 habitantes con financiación autonómica			
<b>Coste estimado</b>	<b>Creatividad:</b>	<b>Difusión:</b>	<b>TOTAL:</b>
	3.500,00 €	15.000,00 €	<b>18.500,00 €</b>
<b>Período de ejecución:</b>	Anual		
<b>Soporte/s:</b>	TV, radio, prensa e Internet		
<b>Zona de influencia:</b>	Región de Murcia		
<b>Población objetivo:</b>	General		
<b>Medidas de accesibilidad:</b> Subtitulación			

## 5. INFRAESTRUCTURAS Y SEGURIDAD

### CONSEJERÍA DE FOMENTO E INFRAESTRUCTURAS

#### DIRECCIÓN GENERAL DE ORDENACIÓN DEL TERRITORIO, ARQUITECTURA Y VIVIENDA

<b>CAMPAÑA Nº 5.4</b>	<b>SENSIBILIZACIÓN PARA FOMENTAR LA ACCESIBILIDAD EN LOS EDIFICIOS</b>		
<b>Objetivo y finalidad:</b> Sensibilizar y concienciar sobre la importancia de fomentar la accesibilidad en edificios para facilitar la integración social de las personas con discapacidad.			
<b>Coste estimado</b>	<b>Creatividad:</b>	<b>Difusión:</b>	<b>TOTAL:</b>
	3.500,00 €	20.000,00 €	<b>23.500,00 €</b>
<b>Período de ejecución:</b>	Anual		
<b>Soporte/s:</b>	Radio, prensa y marketing postal		
<b>Zona de influencia:</b>	Región de Murcia		
<b>Población objetivo:</b>	General		
<b>Medidas de accesibilidad:</b> Subtitulación y audiodescripción.			



## 5. INFRAESTRUCTURAS Y SEGURIDAD

### CONSEJERÍA DE FOMENTO E INFRAESTRUCTURAS

#### DIRECCIÓN GENERAL DE TRANSPORTES, COSTAS Y PUERTOS

<b>CAMPAÑA Nº 5.5</b>	<b>TRANSPORTE PÚBLICO</b>		
<b>Objetivo y finalidad:</b> Concienciar del uso del transporte público.			
<b>Coste estimado</b>	<b>Creatividad:</b> 2.100,00 €	<b>Difusión:</b> 10.000,00 €	<b>TOTAL:</b> <b>12.100,00 €</b>
<b>Período de ejecución:</b>	Anual		
<b>Soporte/s:</b>	Vídeo, radio, internet, redes sociales y publicidad exterior		
<b>Zona de influencia:</b>	Región de Murcia		
<b>Población objetivo:</b>	General		
<b>Medidas de accesibilidad:</b> Subtitulación, audiodescripción...			

## 5. INFRAESTRUCTURAS Y SEGURIDAD

### CONSEJERÍA DE FOMENTO E INFRAESTRUCTURAS

#### DIRECCIÓN GENERAL DE ORDENACIÓN DEL TERRITORIO, ARQUITECTURA Y VIVIENDA

<b>CAMPAÑA Nº 5.6</b>	<b>AYUDAS DEL PLAN DE VIVIENDA 2018-2021</b>		
<b>Objetivo y finalidad:</b> Dar a conocer a jóvenes, familias, personas mayores, personas con discapacidad, familias en situación de desahucio, constructores y promotores todas las ayudas incluidas en el Plan de Vivienda, principalmente las destinadas al alquiler, rehabilitación y adquisición de viviendas por parte de los jóvenes.			
<b>Coste estimado</b>	<b>Creatividad:</b> 3.500,00 €	<b>Difusión:</b> 30.000,00 €	<b>TOTAL:</b> <b>33.500,00 €</b>
<b>Período de ejecución:</b>	Anual		
<b>Soporte/s:</b>	TV, radio, prensa, internet, redes sociales y marketing postal		
<b>Zona de influencia:</b>	Región de Murcia		
<b>Población objetivo:</b>	General: familias numerosas, personas mayores de 65 años, personas con discapacidad, jóvenes, propietarios de viviendas, inquilinos de viviendas, constructores y promotores.		
<b>Medidas de accesibilidad:</b> Subtitulación, audiodescripción...			





## 5. INFRAESTRUCTURAS Y SEGURIDAD

### CONSEJERÍA DE PRESIDENCIA

#### DIRECCIÓN GENERAL DE SEGURIDAD CIUDADANA Y EMERGENCIAS

<b>CAMPAÑA Nº 5.7</b>	<b>PLAN COPLA 2019</b>		
<b>Objetivo y finalidad:</b> Dar a conocer los servicios de vigilancia y rescate en playas y salvamento en el mar que se desarrollan en el marco del PLAN COPLA, y las novedades que se van incorporando.			
<b>Coste estimado</b>	<b>Creatividad:</b> 3.500,00 €	<b>Difusión:</b> 11.000,00 €	<b>TOTAL:</b> 14.500,00 €
<b>Período de ejecución:</b>	Segundo y tercer cuatrimestre		
<b>Soporte/s:</b>	TV, radio, prensa, internet y medios externos		
<b>Zona de influencia:</b>	Región de Murcia		
<b>Población objetivo:</b>	General		
<b>Medidas de accesibilidad:</b> Subtitulación.			

## 5. INFRAESTRUCTURAS Y SEGURIDAD

### CONSEJERÍA DE PRESIDENCIA

#### DIRECCIÓN GENERAL DE SEGURIDAD CIUDADANA Y EMERGENCIAS

<b>CAMPAÑA Nº 5.8</b>	<b>PLAN INFOMUR 2019</b>		
<b>Objetivo y finalidad:</b> Informar sobre los dispositivos que se activan en el marco del plan de protección civil de emergencias por incendios forestales para proteger a las personas, los bienes y el medio ambiente de los riesgos de incendios forestales y sobre las actuaciones a seguir por los ciudadanos.			
<b>Coste estimado</b>	<b>Creatividad:</b> 3.500,00 €	<b>Difusión:</b> 11.000,00 €	<b>TOTAL:</b> 14.500,00 €
<b>Período de ejecución:</b>	Segundo y tercer trimestre		
<b>Soporte/s:</b>	TV, radio, prensa, internet y medios exteriores.		
<b>Zona de influencia:</b>	Región de Murcia		
<b>Población objetivo:</b>	General		
<b>Medidas de accesibilidad:</b> Subtitulación			







## 6. FAMILIA E IGUALDAD DE OPORTUNIDADES

### CONSEJERÍA DE FAMILIA E IGUALDAD DE OPORTUNIDADES y EMPRESA

#### DIRECCIÓN GENERAL DE MUJER E IGUALDAD DE OPORTUNIDADES

<b>CAMPAÑA Nº 6.1</b>	<b>EDUCAR EN IGUALDAD DE OPORTUNIDADES</b>		
<b>Objetivo y finalidad:</b> Informar a los ciudadanos de todas las medidas incluidas en el Plan de medidas sobre la brecha de género.			
<b>Coste estimado</b>	<b>Creatividad:</b> 2.100,00 €	<b>Difusión:</b> 13.000,00 €	<b>TOTAL:</b> 15.100,00 €
<b>Período de ejecución:</b> Primer trimestre			
<b>Soporte/s:</b> Prensa impresa y radio.			
<b>Zona de influencia:</b> Región de Murcia			
<b>Población objetivo:</b> Mayores 18 años			
<b>Medidas de accesibilidad:</b> Subtitulación			

## 6. FAMILIA E IGUALDAD DE OPORTUNIDADES

### CONSEJERÍA DE FAMILIA E IGUALDAD DE OPORTUNIDADES

#### DIRECCIÓN GENERAL DE MUJER E IGUALDAD DE OPORTUNIDADES

<b>CAMPAÑA Nº 6.2</b>	<b>CAMPAÑA CONTRA LA VIOLENCIA DE GÉNERO</b>		
<b>Objetivo y finalidad:</b> Prevenir los abusos y agresiones sexuales			
<b>Coste estimado</b>	<b>Creatividad:</b> 4.900,00 €	<b>Difusión:</b> 27.000,00 €	<b>TOTAL:</b> 31.900,00 €
<b>Período de ejecución:</b> Primer trimestre			
<b>Soporte/s:</b> Flyers/cartas, aseos y escaparates de locales públicos, universidades y bibliotecas, información en los tickets de compra en locales de ocio y publicidad exterior.			
<b>Zona de influencia:</b> Región de Murcia			
<b>Población objetivo:</b> Sociedad en general			
<b>Medidas de accesibilidad:</b> Subtitulación y lenguaje de signos			





## 6. FAMILIA E IGUALDAD DE OPORTUNIDADES

### CONSEJERÍA DE FAMILIA E IGUALDAD DE OPORTUNIDADES

#### DIRECCIÓN GENERAL DE FAMILIA Y POLÍTICAS SOCIALES

<b>CAMPAÑA Nº 6.3</b>	<b>RECURSOS PARA NUESTROS MAYORES</b>		
<b>Objetivo y finalidad:</b> Difundir entre la población el conocimiento de los recursos que la Comunidad Autónoma dispone para los mayores de la Región y sus familias.			
<b>Coste estimado</b>	<b>Creatividad:</b>	<b>Difusión:</b>	<b>TOTAL:</b>
	5.600,00 €	25.000,00 €	<b>30.600,00 €</b>
<b>Período de ejecución:</b>	Anual		
<b>Soporte/s:</b>	Prensa, TV, redes sociales, radio, exterior (vallas, mupis, flyers, cartelería, etc.)		
<b>Zona de influencia:</b>	Región de Murcia		
<b>Población objetivo:</b>	General		
<b>Medidas de accesibilidad:</b>			

## 6. FAMILIA E IGUALDAD DE OPORTUNIDADES

### CONSEJERÍA DE FAMILIA E IGUALDAD DE OPORTUNIDADES

#### DIRECCIÓN GENERAL DE FAMILIA E IGUALDAD DE OPORTUNIDADES

<b>CAMPAÑA Nº 6.4</b>	<b>APOYO A LA FAMILIA</b>		
<b>Objetivo y finalidad:</b> Informar a la sociedad en general sobre qué es el acogimiento y sobre las ventajas a las que pueden optar las familias de acogida (remuneración, descuentos en transporte público, teatros, cine, etc...), así como sobre los requisitos para acoger a menores tutelados, con la finalidad de aumentar el número de familias que estarían dispuestas a realizar un acogimiento.			
<b>Coste estimado</b>	<b>Creatividad:</b>	<b>Difusión:</b>	<b>TOTAL:</b>
	1.400,00 €	14.000,00 €	<b>15.400,00 €</b>
<b>Período de ejecución:</b>	Anual		
<b>Soporte/s:</b>	Diarios digitales, redes sociales, prensa y radio		
<b>Zona de influencia:</b>	Región de Murcia		
<b>Población objetivo:</b>	Sociedad en general, con especial énfasis en las familias		
<b>Medidas de accesibilidad:</b>			





## 7. AGUA Y AGRICULTURA

### CONSEJERÍA DE AGUA, AGRICULTURA, GANADERÍA Y PESCA

#### DIRECCIÓN GENERAL DE INNOVACIÓN, PRODUCCIONES Y MERCADOS AGROALIMENTARIOS

<b>CAMPAÑA Nº 7.1</b>	<b>"ERES VANGUARDIA" sobre innovación y sostenibilidad en el sector agrario regional.</b>		
<b>Objetivo y finalidad:</b> Promover, difundir y sensibilizar al sector agrario regional acerca de la necesidad de implementar técnicas de optimización de recursos, tecnificación, uso sostenible del agua, innovación en instalaciones y sistemas de cultivo y eficiencia energética.			
<b>Coste estimado</b>	<b>Creatividad:</b>	<b>Difusión:</b>	<b>TOTAL:</b>
	12.600,00 €	40.000,00 €	<b>52.600,00 €</b>
<b>Período de ejecución:</b>	Primer trimestre		
<b>Soporte/s:</b>	Prensa impresa y digital, radio, televisión y publicidad exterior.		
<b>Zona de influencia:</b>	Región de Murcia		
<b>Población objetivo:</b>	Población de 30 a 70 años de edad		
<b>Medidas de accesibilidad:</b> Subtitulación			

## 7. AGUA Y AGRICULTURA

### CONSEJERÍA DE AGUA, AGRICULTURA, GANADERÍA Y PESCA

#### DIRECCIÓN GENERAL DEL AGUA

<b>CAMPAÑA Nº 7.2</b>	<b>40 AÑOS DE AGRICULTURA SOSTENIBLE Y USO EFICIENTE DEL AGUA EN LA REGIÓN DE MURCIA.</b>		
<b>Objetivo y finalidad:</b> Seguir transmitiendo a los murcianos la importancia del uso responsable del agua como recurso vital, limitado y necesario para el desarrollo de la agricultura e industria agroalimentaria murciana.			
<b>Coste estimado</b>	<b>Creatividad:</b>	<b>Difusión:</b>	<b>TOTAL:</b>
	9.100,00 €	150.000,00 €	<b>159.100,00 €</b>
<b>Período de ejecución:</b>	Primer trimestre		
<b>Soporte/s:</b>	Radio, prensa, TV, diarios digitales, exterior, cines y redes sociales.		
<b>Zona de influencia:</b>	Región de Murcia		
<b>Población objetivo:</b>	General		
<b>Medidas de accesibilidad:</b> Subtitulación			





## 7. AGUA Y AGRICULTURA

### CONSEJERÍA DE AGUA, AGRICULTURA, GANADERÍA Y PESCA

#### INSTITUTO MURCIANO DE INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO AGRARIO Y ALIMENTARIO

<b>CAMPAÑA Nº 7.3</b>	<b>PROMOCIÓN DE NUEVOS PRODUCTOS SOSTENIBLES E INNOVADORES</b>		
<b>Objetivo y finalidad:</b> Dar a conocer las distintas líneas de investigación en el sector agroalimentario en las que están implicados los equipos científicos del IMIDA.			
<b>Coste estimado</b>	<b>Creatividad:</b> 5.000,00 €	<b>Difusión:</b> 30.000,00 €	<b>TOTAL:</b> 35.000,00 €
<b>Período de ejecución:</b> Anual.			
<b>Soporte/s:</b> Radio, prensa, TV, diarios digitales, motores de búsqueda, blogs, publicidad online y redes sociales			
<b>Zona de influencia:</b> Región de Murcia			
<b>Población objetivo:</b> Población de 30 a 70 años de edad vinculado con el mundo científico			
<b>Medidas de accesibilidad:</b> Subtitulación			

## 8. MEDIO AMBIENTE

### CONSEJERÍA DE EMPLEO, UNIVERSIDADES, EMPRESA Y MEDIO AMBIENTE

#### DIRECCIÓN GENERAL DE MEDIO AMBIENTE Y MAR MENOR

<b>CAMPAÑA Nº 8.1</b>	<b>CANAL MAR MENOR</b>		
<b>Objetivo y finalidad:</b> Difundir el conocimiento del Canal Mar Menor para recoger las sugerencias de los ciudadanos acerca de las percepciones sobre la laguna con el fin de aumentar la conciencia social sobre su estado y dar respuesta a las mismas.			
<b>Coste estimado</b>	<b>Creatividad:</b> 10.500,00 €	<b>Difusión:</b> 20.000,00 €	<b>TOTAL:</b> 30.500,00 €
<b>Período de ejecución:</b> Primer trimestre.			
<b>Soporte/s:</b> Prensa digital y radios.			
<b>Zona de influencia:</b> Región de Murcia			
<b>Población objetivo:</b> General			
<b>Medidas de accesibilidad:</b>			





## 8. MEDIO AMBIENTE

### CONSEJERÍA DE EMPLEO, UNIVERSIDADES, EMPRESA Y MEDIO AMBIENTE

#### DIRECCIÓN GENERAL DE ENERGÍA Y ACTIVIDAD INDUSTRIAL Y MINERA

<b>CAMPAÑA Nº 8.2</b>	<b>FOMENTO DEL AHORRO Y LA EFICIENCIA ENERGÉTICA</b>		
<b>Objetivo y finalidad:</b> Difundir las ventajas del ahorro y la eficiencia energética: ahorro económico, disminución de emisiones de CO2.			
<b>Coste estimado</b>	<b>Creatividad:</b>	<b>Difusión:</b>	<b>TOTAL:</b>
	0,00 €	40.000,00 €	<b>40.000,00 €</b>
<b>Período de ejecución:</b>	Anual		
<b>Soporte/s:</b>	Prensa, radio, carteles, folletos, banners, mupis, redes sociales y landing page.		
<b>Zona de influencia:</b>	Región de Murcia		
<b>Población objetivo:</b>	Empresas de la Región de Murcia		
<b>Medidas de accesibilidad:</b> Audiodescripción			

## 8. MEDIO AMBIENTE

### CONSEJERÍA DE EMPLEO, UNIVERSIDADES, EMPRESA Y MEDIO AMBIENTE

#### DIRECCIÓN GENERAL DE ENERGÍA Y ACTIVIDAD INDUSTRIAL Y MINERA

<b>CAMPAÑA Nº 8.3</b>	<b>FOMENTO DE LA PRODUCCIÓN Y DEL AUTOCONSUMO DE ENERGÍA ELÉCTRICA DE ORIGEN FOTOVOLTAICO.</b>		
<b>Objetivo y finalidad:</b> Difundir las ventajas de la producción y del autoconsumo de energía eléctrica de origen fotovoltaico.			
<b>Coste estimado</b>	<b>Creatividad:</b>	<b>Difusión:</b>	<b>TOTAL:</b>
	0,00 €	40.000,00 €	<b>40.000,00 €</b>
<b>Período de ejecución:</b>	Anual, con comienzo en el primer cuatrimestre.		
<b>Soporte/s:</b>	Prensa, radio, carteles, folletos, banners, mupis, redes sociales y landing page.		
<b>Zona de influencia:</b>	Región de Murcia		
<b>Población objetivo:</b>	Empresas de la Región de Murcia.		
<b>Medidas de accesibilidad:</b> Audiodescripción			





## 8. MEDIO AMBIENTE

### CONSEJERÍA DE FOMENTO E INFRAESTRUCTURAS

#### DIRECCIÓN GENERAL DE TRANSPORTES, COSTAS Y PUERTOS

<b>CAMPAÑA Nº 8.4</b>	<b>LA MANGA 365</b>		
<b>Objetivo y finalidad:</b> Dar a conocer las nuevas infraestructuras que se desarrollan en La Manga del Mar Menor y su entorno, para mejorar la movilidad y sus servicios, y lograr la revitalización y desestacionalización de este enclave.			
<b>Coste estimado</b>	<b>Creatividad:</b>	<b>Difusión:</b>	<b>TOTAL:</b>
	3.000,00 €	10.000,00 €	<b>13.000,00 €</b>
<b>Período de ejecución:</b> Anual.			
<b>Soporte/s:</b> Radio, internet, redes sociales y publicidad exterior			
<b>Zona de influencia:</b> Región de Murcia, especialmente en La Manga			
<b>Población objetivo:</b> General, especialmente, vecinos, sector empresarial, colectivos implicados y turistas de La Manga			
<b>Medidas de accesibilidad:</b> Subtitulación y audiodescripción			

## 9. PARTICIPACIÓN CIUDADANA Y FECHAS CONMEMORATIVAS

### CONSEJERÍA DE TRANSPARENCIA, PARTICIPACIÓN Y PORTAVOZ

#### OFICINA DE LA TRANSPARENCIA Y LA PARTICIPACIÓN CIUDADANA

<b>CAMPAÑA Nº 9.1</b>	<b>PRESUPUESTOS PARTICIPATIVOS.</b>		
<b>Objetivo y finalidad:</b> Incrementar el número de ciudadanos que muestra su parecer en cuestiones presupuestarias mediante el uso de este instrumento.			
<b>Coste estimado</b>	<b>Creatividad:</b>	<b>Difusión:</b>	<b>TOTAL:</b>
	1.400,00 €	15.000,00 €	<b>16.400,00 €</b>
<b>Período de ejecución:</b> Septiembre-octubre.			
<b>Soporte/s:</b> Radio y prensa.			
<b>Zona de influencia:</b> Región de Murcia			
<b>Población objetivo:</b> General			
<b>Medidas de accesibilidad:</b> Subtitulación y lenguaje de signos			





## 9. PARTICIPACIÓN CIUDADANA Y FECHAS CONMEMORATIVAS

### CONSEJERÍA DE TRANSPARENCIA, PARTICIPACIÓN Y PORTAVOZ

#### SECRETARÍA GENERAL

CAMPAÑA Nº 9.2	DÍA DE LA REGIÓN		
<b>Objetivo y finalidad:</b>			
Difundir el significado del día de la Región de Murcia entre los ciudadanos, divulgar las señas de la identidad regional, fomentar el conocimiento sobre el Estatuto de Autonomía e informar de las diferentes actividades programadas por las instituciones regionales, con motivo de este día, en las que pueda participar la ciudadanía.			
<b>Coste estimado</b>	<b>Creatividad:</b>	<b>Difusión:</b>	<b>TOTAL:</b>
	2.100,00 €	14.000,00 €	<b>16.100,00 €</b>
<b>Período de ejecución:</b>	9 primeros días de junio		
<b>Soporte/s:</b>	Radio, prensa, TV y redes sociales		
<b>Zona de influencia:</b>	Región de Murcia		
<b>Población objetivo:</b>	General		
<b>Medidas de accesibilidad:</b>			
Subtitulación y audiodescripción			

## 10. TURISMO Y CULTURA

### CONSEJERÍA DE TURISMO Y CULTURA

#### DIRECCIÓN GENERAL DE BIENES CULTURALES

CAMPAÑA Nº 10.1	ACTIVIDADES EN LOS MUSEOS DE LA REGIÓN DE MURCIA.		
<b>Objetivo y finalidad:</b>			
Dar a conocer la actividad, programación y los talleres que se realizan en los distintos museos de la Comunidad Autónoma.			
<b>Coste estimado</b>	<b>Creatividad:</b>	<b>Difusión:</b>	<b>TOTAL:</b>
	1.400,00 €	10.000,00 €	<b>11.400,00 €</b>
<b>Período de ejecución:</b>	El último domingo de cada mes para anunciar la programación del mes siguiente.		
<b>Soporte/s:</b>	Prensa escrita y cuñas de radio		
<b>Zona de influencia:</b>	Ciudades de Murcia y Cartagena		
<b>Población objetivo:</b>	General		
<b>Medidas de accesibilidad:</b>			
La utilización conjunta de los citados soportes actúa como medida de accesibilidad			





10. TURISMO Y CULTURA			
CONSEJERÍA DE TURISMO Y CULTURA			
DIRECCIÓN GENERAL DE BIENES CULTURALES			
<b>CAMPAÑA Nº 10.2</b>	<b>DÍA INTERNACIONAL DE LOS MUSEOS</b>		
<b>Objetivo y finalidad:</b> Promover las visitas a los museos de la Región y fomentar la cultura a través del arte.			
<b>Coste estimado</b>	<b>Creatividad:</b>	<b>Difusión:</b>	<b>TOTAL:</b>
	0,00 €	5.000,00 €	<b>5.000,00 €</b>
<b>Período de ejecución:</b>	18 mayo		
<b>Soporte/s:</b>	Prensa y radio		
<b>Zona de influencia:</b>	Región de Murcia		
<b>Población objetivo:</b>	General		
<b>Medidas de accesibilidad:</b> La utilización conjunta de los citados soportes actúa como medida de accesibilidad.			

10. TURISMO Y CULTURA			
CONSEJERÍA DE TURISMO Y CULTURA			
DIRECCIÓN GENERAL DE BIENES CULTURALES			
<b>CAMPAÑA Nº 10.3</b>	<b>PIAN FOMENTO LECTURA</b>		
<b>Objetivo y finalidad:</b> Fomentar la lectura.			
<b>Coste estimado</b>	<b>Creatividad:</b>	<b>Difusión:</b>	<b>TOTAL:</b>
	1.400,00 €	10.000,00 €	<b>11.400,00 €</b>
<b>Período de ejecución:</b>	Primer trimestre		
<b>Soporte/s:</b>	Prensa, radio y TV.		
<b>Zona de influencia:</b>	Región de Murcia		
<b>Población objetivo:</b>	De 10 a 90 años		
<b>Medidas de accesibilidad:</b>			







## 10. TURISMO Y CULTURA

### CONSEJERÍA DE TURISMO Y CULTURA

#### ITREM

<b>CAMPAÑA Nº 10.4</b>	<b>PROMOCIÓN TURÍSTICA NACIONAL E INTERNACIONAL</b>		
<b>Objetivo y finalidad:</b> Campañas de promoción nacional e internacional de los atractivos turísticos de la Región de Murcia. Difundir las actividades que se programen desde Turismo de Murcia durante 2019. Incrementar el número de turistas y pernoctaciones en la Región.			
<b>Coste estimado</b>	<b>Creatividad:</b> 100.000,00 €	<b>Difusión:</b> 1.250.000,00 €	<b>TOTAL:</b> 1.350.000,00 €
<b>Período de ejecución:</b>	Anual		
<b>Soporte/s:</b>	Exterior, TV, radio, online y prensa		
<b>Zona de influencia:</b>	Murcia/España/Europa/Internacional		
<b>Población objetivo:</b>	General		
<b>Medidas de accesibilidad:</b>			

## 10. TURISMO Y CULTURA

### CONSEJERÍA DE TURISMO Y CULTURA

#### ICA

<b>CAMPAÑA Nº 10.5</b>	<b>MURCIA REGIÓN DE FESTIVALES</b>		
<b>Objetivo y finalidad:</b> Promover el turismo cultural por medio de los festivales de la Región de Murcia (de música, teatro....)			
<b>Coste estimado</b>	<b>Creatividad:</b> 5.000,00 €	<b>Difusión:</b> 20.000,00 €	<b>TOTAL:</b> 25.000,00 €
<b>Período de ejecución:</b>	Primer trimestre		
<b>Soporte/s:</b>	TV, radio y prensa.		
<b>Zona de influencia:</b>	Región de Murcia		
<b>Población objetivo:</b>	General		
<b>Medidas de accesibilidad:</b>			

