



DON PEDRO RIVERA BARRACHINA, SECRETARIO DEL CONSEJO DE GOBIERNO DE LA COMUNIDAD AUTÓNOMA DE LA REGIÓN DE MURCIA.

CERTIFICO: Según resulta del borrador del acta de la sesión celebrada el día tres de mayo de dos mil diecinueve, a propuesta del Consejero de Transparencia y Participación, por Decreto del Presidente nº 4/2019, de 27 de febrero, BORM nº 49 de 28 de febrero de 2019, el Consejo de Gobierno aprueba el “Plan anual de comunicación y publicidad institucional 2019” previamente aprobado por el Consejo de Publicidad y Comunicación Institucional en su sesión de 15 de abril de 2019; ordenar su publicación en el Portal de Transparencia de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia y dar cuenta del mismo a la Comisión de Asuntos Generales e Institucionales y de la Unión Europea de la Asamblea Regional en el plazo de un mes desde su aprobación.

Y para que conste y a los procedentes efectos, expido, firmo y sello la presente en Murcia a la fecha de la firma electrónica recogida al margen.

03/05/2019 11:58:51

RIVERA BARRACHINA, PEDRO

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. Los firmantes y las fechas de firma se muestran en los recuadros. Su autenticidad puede ser contrastada accediendo a la siguiente dirección: <https://sede.carm.es/verificardocumentos> e introduciendo el código seguro de verificación (CSV) CARM-c354676d-6d8a-387f-153c-00505696280





ÍNDICE DEL EXPEDIENTE RELATIVO A LA APROBACIÓN DEL PLAN ANUAL DE COMUNICACIÓN Y PUBLICIDAD INSTITUCIONAL 2019.

1. Propuesta de Acuerdo al Consejo de Gobierno de aprobación del Plan anual de Comunicación y Publicidad Institucional 2019.
2. Informe del Servicio Jurídico de la Consejería de Transparencia y Participación.
3. Acta nº 3 del Consejo de Publicidad y Comunicación Institucional de la Región de Murcia anexando el Plan aprobado por dicho órgano.



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.

Con el objeto de ordenar la actividad de publicidad y de comunicación institucional de la Administración Pública de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia, la citada ley ha creado el Consejo de Publicidad y Comunicación Institucional de la Región de Murcia, como órgano colegiado adscrito a la consejería competente en materia de comunicación institucional, al que ha encomendado, entre otras funciones, la de elaborar los planes anuales de comunicación y publicidad institucional.

Así, el texto del Plan anual de comunicación y publicidad institucional 2019, elaborado con las propuestas formuladas por todas las consejerías y entes del sector público regional de acuerdo con los objetivos y prioridades públicas fijadas para el ejercicio 2019, ha sido aprobado por unanimidad de los miembros del Consejo en su sesión de 15 de abril de 2019, correspondiendo ahora, tal y como determina el artículo 12 de la ley, elevar el mismo a Consejo de Gobierno para su aprobación.

El artículo 4 del Decreto del Presidente nº 2/2018, de 20 de abril, de reorganización de la Administración Regional atribuye a la Consejería de Transparencia y Participación la competencia en materia de comunicación y publicidad institucional, competencia que, por Decreto del Presidente nº 4/2019, de 27 de febrero, se ha encomendado provisionalmente al Consejero de Presidencia al estar vacante la titularidad de la Consejería de Transparencia y Participación.

En virtud de lo expuesto, 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 a este la competencia para aprobar los programas, planes y directrices vinculantes para todos los órganos de la Administración Regional y de sus organismos públicos y del 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, y al amparo del 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, elevo al Consejo de Gobierno para su aprobación la siguiente propuesta de





ACUERDO

ÚNICO.- Aprobar el “Plan anual de comunicación y publicidad institucional 2019” previamente aprobado por el Consejo de Publicidad y Comunicación Institucional en su sesión de 15 de abril de 2019; ordenar su publicación en el Portal de Transparencia de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia y dar cuenta del mismo a la Comisión de Asuntos Generales e Institucionales y de la Unión Europea de la Asamblea Regional en el plazo de un mes desde su aprobación.

EL CONSEJERO DE TRANSPARENCIA Y PARTICIPACIÓN

(por Decreto del Presidente nº 4/2019, de 27 de febrero,
BORM nº 49, de 28 de febrero de 2019)

EL CONSEJERO DE PRESIDENCIA

Pedro Rivera Barrachina

26/04/2019 14:23:38

RIVERA BARRACHINA, PEDRO

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. Los firmantes y las fechas de firma se muestran en los recuadros. Su autenticidad puede ser contrastada accediendo a la siguiente dirección: <https://sede.carm.es/verificardocumentos> e introduciendo el código seguro de verificación (CSV) CARM-30b72c7-681e-de3-81a-00505696b280





PLAN ANUAL DE COMUNICACIÓN Y PUBLICIDAD INSTITUCIONAL

2019





RIVERA BARRACHINA, PEDRO

26/04/2019 14:23:38

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. Los firmantes y las fechas de firma se muestran en los recuadros. Su autenticidad puede ser contrastada accediendo a la siguiente dirección: <https://sede.carm.es/verificardocumentos> e introduciendo el código seguro de verificación (CSV) CARM-30b721c7-681e-d6f3-81a-00505696280

Edita:

Consejería de Transparencia y Participación.

Palacio de San Esteban

Acisclo Díaz, s/n, 30071 (Murcia)

Fecha de edición: marzo 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

26/04/2019 14:23:38

RIVERA BARRACHINA, PEDRO

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. Los firmantes y las fechas de firma se muestran en los recuadros. Su autenticidad puede ser contrastada accediendo a la siguiente dirección: <https://sede.carm.es/verificardocumentos> e introduciendo el código seguro de verificación (CSV) CARM-30b72c7-681e-de3-81a-00505696b280





RIVERA BARRACHINA, PEDRO	26/04/2019 14:23:38	
--------------------------	---------------------	--

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. Los firmantes y las fechas de firma se muestran en los recuadros. Su autenticidad puede ser contrastada accediendo a la siguiente dirección: <https://sede.carm.es/verificardocumentos> e introduciendo el código seguro de verificación (CSV) CARM-30b721c7-681e-d6f3-81a-00505696280



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 y Participación, 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 Comunicación y Publicidad 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, 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.

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.

Pedro Rivera Barrachina

Consejero de Transparencia y Participación





RIVERA BARRACHINA, PEDRO

26/04/2019 14:23:38

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. Los firmantes y las fechas de firma se muestran en los recuadros. Su autenticidad puede ser contrastada accediendo a la siguiente dirección: <https://sede.carm.es/verificardocumentos> e introduciendo el código seguro de verificación (CSV) CARM-30b721c7-681e-d6f3-81a-00505696280



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 de 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 el año 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 como el sector público regional pretenden desarrollar durante el año 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 Murcia¹, 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.

Este documento cumple una finalidad puramente informativa y planificadora de las campañas de publicidad institucional que la Administración Pública prevé realizar durante 2019, siendo los contratos de creatividad y difusión publicitaria los que concretan, con exactitud, los términos de ejecución de dichas 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 no previstas en aquel, si bien, con carácter excepcional y observando determinados trámites que implican la valoración de la nueva campaña de publicidad por el Consejo de Publicidad y Comunicación Institucional, a efectos de su inclusión en el Plan y de su posterior propuesta de aprobación por 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 del sector público regional.

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

¹ 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 presentes 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 el 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. 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 deben respetar una serie de parámetros legales para ser promovidas o contratadas

Las campañas de publicidad institucional han de desarrollarse cuando concurren razones de interés público y 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.

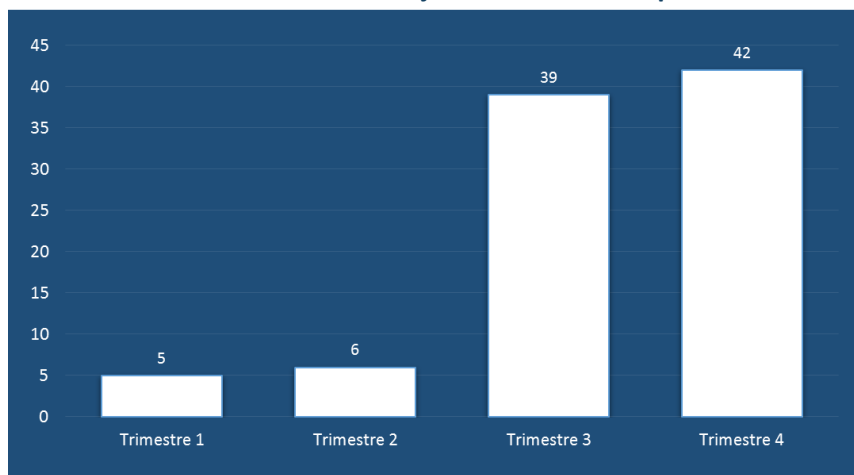
Se prohíben las campañas de publicidad institucional que destaquen los logros de gestión o los objetivos alcanzados por los promotores; que menoscaben, obstaculicen o perturben las políticas públicas; que incluyan mensajes discriminatorios, sexistas o contrarios a los principios, valores y derechos constitucionales, 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, estatales 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 los periodos electorales.

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

Los ejes del 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 cuenta en 2019 con el presupuesto más abultado del Plan. La promoción turística, que asume el Instituto de Turismo de la Región de Murcia, como ente público empresarial competente para la ordenación, planificación, programación, dirección y coordinación en materia de turismo, se incluye como una sola campaña sin desagregar.

El Plan sólo incluye campañas de publicidad institucional, ya que no todo el contenido de la comunicación institucional es planificable, pues difícilmente puede preverse. Un claro ejemplo de lo que es difícilmente planificable en comunicación institucional son los patrocinios, motivo por el que el Plan no incluye los patrocinios concretos a realizar. Ahora bien, dado que los mismos forman parte de la publicidad institucional, los que se realicen serán publicados en el Portal de Transparencia e incluidos en los distintos informes que se remitan a la Asamblea Regional en cumplimiento de la mentada Ley de Comunicación y Publicidad Institucional regional.

El Plan se estructura en diez ejes y 50 campañas de publicidad institucional.

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 y las medidas de accesibilidad que se pretenden utilizar.

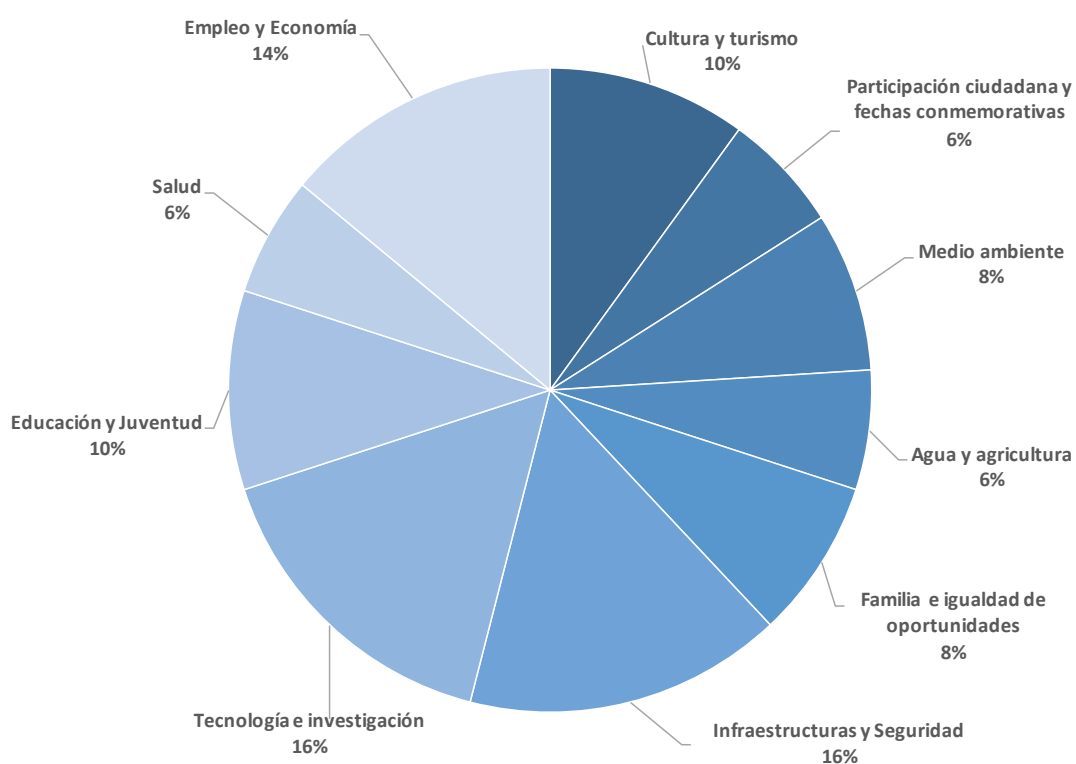
La promoción de los recursos turísticos de la Región de Murcia cuenta con la mayor parte del presupuesto destinado a publicidad institucional.



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, siguiendo la ordenación legal, se citan los objetivos de interés público y se especifican, dentro de cada uno de ellos, las campañas de publicidad institucional que cumplen con el mismo:

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.
- Fondos estructurales: Fondo europeo de desarrollo Regional y Fondos social europeo.
- 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.
- Elecciones a la Asamblea Regional.
- 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.
- Fondos estructurales: Fondo europeo de desarrollo Regional y Fondos social europeo.





- 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.
- Elecciones a la Asamblea Regional.
- 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.

- Elecciones a la Asamblea Regional.

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.	34	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.	35	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%
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.	2	2%
g) Difundir los procesos electorales.	1	1%
h) Difundir el contenido de aquellas disposiciones jurídicas que, por su novedad o repercusión social, aconsejan su conocimiento general.	3	2%
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	7%
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 durante el año 2019** son:

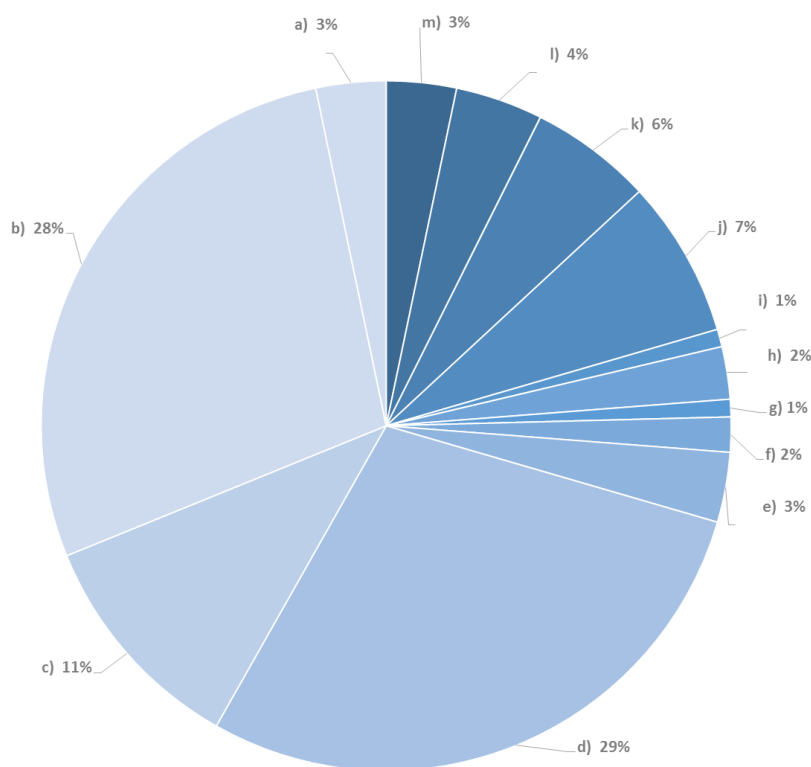
En primer lugar, informar a los ciudadanos de sus derechos y deberes, así como de los servicios, actividades y programas de los que se pueden beneficiar y hacer uso (apartados D y B del artículo 2).



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.



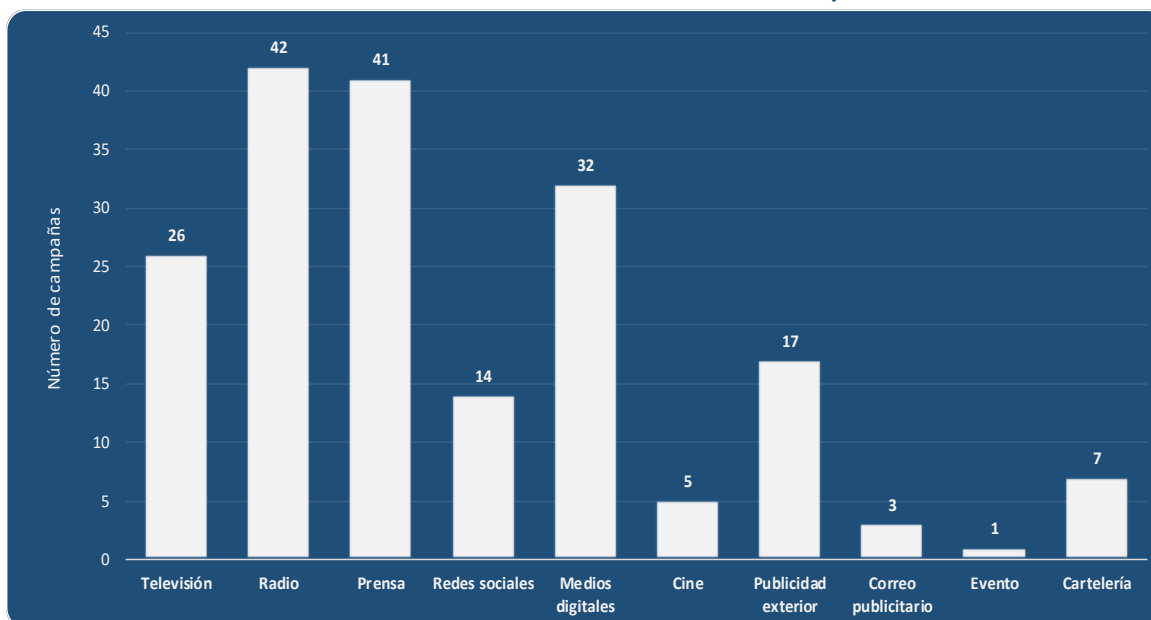
V. HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN

En 42 de las 50 campañas se propone incorporar como medio de difusión la radio, en 41 prensa, en 26 TV, en 32 medios digitales y en 14 redes sociales. Los soportes de exterior están incluidos en 17 campañas.

Para garantizar la accesibilidad de las personas con discapacidad, las empresas que ejecuten cada una de las campañas tendrán que, según los medios que vayan a usar, proponer medidas concretas al respecto, 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, las campañas que desarrolle el Instituto de Turismo de la Región de Murcia (ITREM), atendiendo a la finalidad de promocionar turísticamente la región que dicho ente busca, se enfocarán a un mercado más amplio, centrándose en el resto del territorio nacional, el europeo y el internacional.

Si atendemos al público objetivo de las campañas, el 57% 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:



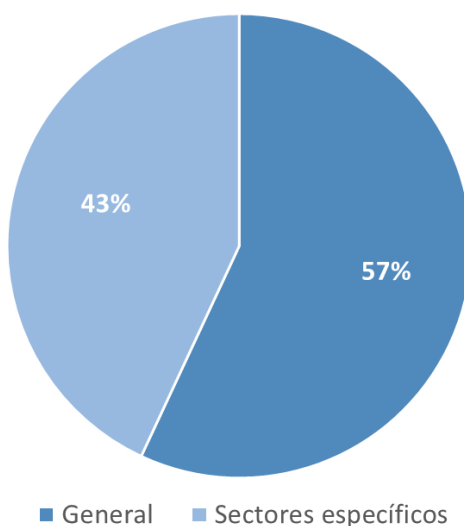


- La campaña C.1.1. Oferta de empleo público 2019, dirigida a personas de entre 18 a 65 años.
- La campaña C.1.3. Política activa de empleo, destinada a desempleados que sean jóvenes, mayores de 45 años, de larga duración o que opten por el autoempleo.
- La campaña C.1.2. Mujer empleo y formación, especialmente 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 a 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.
- La campaña C.9.3. Elecciones a la Asamblea Regional, dirigida a la ciudadanía con edad de votar.

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 3.072.130,00.- €, correspondiendo 1.016.480,00 00.-€ a la inversión de la Administración General y 2.055.650,00.-€ al resto del sector público regional.

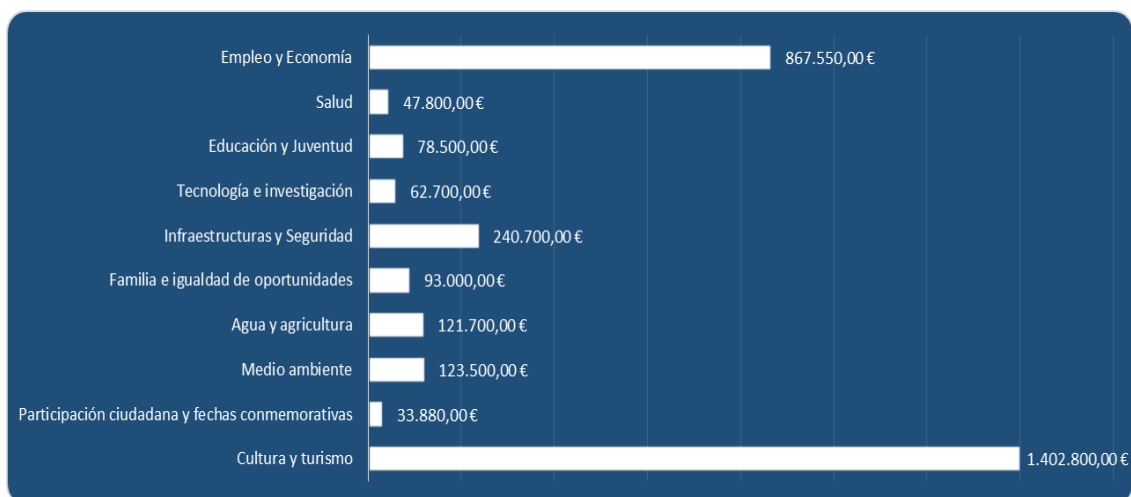
En cuanto al peso de la inversión por ejes destaca en primer lugar el Eje 10. Cultura y turismo con un presupuesto de 1.402.800.-€, atribuible básicamente al ITREM, y que representan el 46 % de la inversión; en segundo lugar, el Eje 1. Economía y empleo con un presupuesto de 867.550,00.-€, atribuible en más de la mitad al INFO, y representando el 28% de la inversión, y, en tercer lugar, el Eje 5. Infraestructuras y seguridad con un presupuesto de 240.700,00.-€, que representa un 8% de la inversión.



Tabla 2. Clasificación por ejes y por presupuesto²

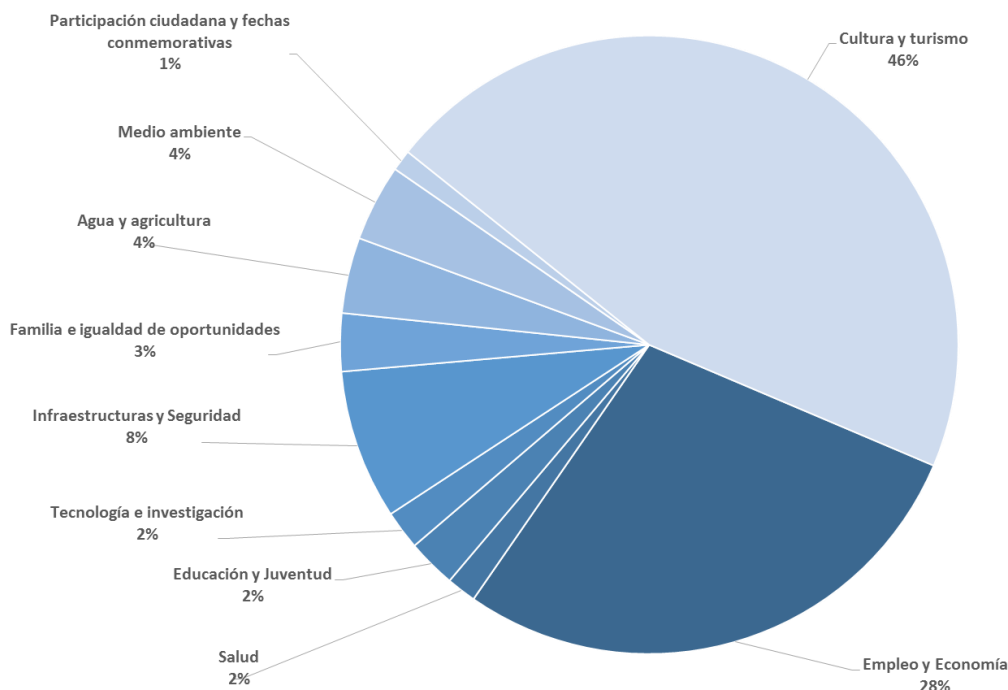
Eje	Campañas	Presupuesto	%
Empleo y Economía	7	867.550,00 €	28%
Salud	3	47.800,00 €	2%
Educación y Juventud	5	78.500,00 €	3%
Tecnología e investigación	8	62.700,00 €	2%
Infraestructuras y Seguridad	8	240.700,00 €	8%
Familia e igualdad de oportunidades	4	93.000,00 €	3%
Agua y agricultura	3	121.700,00 €	4%
Medio ambiente	4	123.500,00 €	4%
Participación ciudadana y fechas conmemorativas	3	33.880,00 €	1%
Cultura y turismo	5	1.402.800,00 €	46%
Total	50	3.072.130,00 €	100%

Gráfico 8. Presupuesto de campañas por Ejes



² 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 Hacienda, con tres campañas que ascienden a un presupuesto de 307.100,00.- €, y que representan el 30% 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 18% 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 15% 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 867.550,00.- €, de los que corresponde gestionar al INFO más de la mitad, en concreto, 490.000.-€.



Tabla 3. Clasificación por ámbito, proponente y presupuesto

Ámbito	Consejería / Ente	Campañas	Presupuesto	%
Administración General	Presidencia	5	67.380 €	7 %
	Hacienda	3	307.100 €	30 %
	Transparencia y Participación	2	32.500 €	3 %
	Agua, Agricultura, Ganadería y Pesca	2	86.700 €	9 %
	Fomento e Infraestructuras	5	187.700 €	18 %
	Empleo, Universidades, Empresa y Medio Ambiente	4	150.400 €	15 %
	Educación, Juventud y Deportes	4	57.500 €	6 %
	Salud	1	6.400 €	1 %
	Familia e Igualdad de Oportunidades	4	93.000 €	9 %
	Turismo y Cultura	3	27.800 €	3 %
	Total Administración General	33	1.016.480,00 €	100%
Sector público	Instituto Murciano de Investigación y Desarrollo Agrario y Alimentario (IMIDA)	1	35.000,00 €	2 %
	Fundación SENECA	2	38.700,00 €	2 %
	Instituto de Fomento de la Región de Murcia (INFO)	1	490.000,00 €	24 %
	Servicio Regional de Empleo y Formación (SEF)	1	38.000,00 €	2 %
	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 %
	Servicio Murciano de Salud (SMS)	1	26.400,00 €	1 %
	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 %
	Total Sector público	17	2.055.650,00 €	100 %
	Total General	50	3.072.130,00 €	

A continuación se detallan las 12 campañas, de las 50 propuestas, que son objeto de financiación con fondos europeos. Entre estas, debe señalarse que la campaña C.1.7. Fondos estructurales: Fondo europeo de desarrollo Regional y Fondos social europeo, que se encuadra dentro de los objetivos que persigue la Estrategia de comunicación de los programas operativos FEDER y FSE para el período 2014-2020, cuenta con un presupuesto de 847.000.-€, a distribuir entre las anualidades, 2019 a 2021, del siguiente modo: Año 2019: 265.000.-€, año 2020: 423.500.-€ y año 2021: 158.500.-€.



Tabla 4. Campañas financiadas con fondos europeos

Consejería/Ente	Código	Campaña	Presupuesto
Hacienda	1.7	Fondos estructurales: FEDER Y FSE	265.000,00 €
Hacienda	4.1	Administración electrónica	25.000,00 €
Fundación Integra	4.2	Foro CECARM	2.500,00 €
Fundación Integra	4.3	Red CTnet	2.500,00 €
Fundación Integra	4.4	Cursos FORMAC@RM	2.500,00 €
Fundación Integra	4.5	REPLAY	2.500,00 €
Fundación Integra	4.6	SICARM	7.500,00 €
Fundación Integra	4.7	Patrimonio digital	2.500,00 €
Instituto Murciano de Investigación y Desarrollo Agrario y Alimentario (IMIDA)	7.3	Promoción de nuevos productos sostenibles e innovadores	35.000,00 €
Empleo, Universidades, Empresa y Medio Ambiente	8.2	Fomento del ahorro y la eficiencia energética	40.000,00 €
Empleo, Universidades, Empresa y Medio Ambiente	8.3	Fomento de la producción y del autoconsumo de energía eléctrica de origen fotovoltaico.	40.000,00 €
Fomento e Infraestructuras	8.4	La Manga 365	13.000,00 €

Tabla 5. Financiación con fondos europeos por ámbitos

Ámbito	Consejería / Ente	Campañas	Presupuesto
Administración General	Hacienda	2	307.100,00 €
	Fomento e Infraestructuras	1	13.000,00 €
	Empleo, Universidades, Empresa y Medio Ambiente	2	80.000,00 €
	Total Administración General	5	400.100,00 €
Sector público	Fundación Integra	6	20.000,00 €
	Instituto Murciano de Investigación y Desarrollo Agrario y Alimentario (IMIDA)	1	35.000,00 €
	Total sector público	7	55.000,00 €
Total General		12	455.100,00 €





La Consejería de Transparencia y Participación Ciudadana, a través de la Dirección General de Medios de Comunicación, gestiona todo el presupuesto destinado a las campañas de publicidad institucional de la Administración General de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia.

El presupuesto destinado a las campañas de la Administración General se divide entre el destinado a la contratación de la creatividad publicitaria de las campañas y el dirigido a su posterior difusión. La Consejería de Transparencia y Participación, como consejería que ejerce las competencias en materia de publicidad institucional, será el departamento competente para proceder a dichas contrataciones. En concreto, la difusión de las campañas de la Administración General se articulará mediante 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, salvo las campañas financiadas con fondos europeos que al no encontrarse incluidas en el citado acuerdo serán objeto de licitación aparte.

En total, el citado departamento gestionará en el año 2019 un presupuesto en publicidad institucional de 1.016.480,00.-€, del cual destinará a creatividad un total de 144.500,00.- €, teniendo en cuenta que varias de las campañas ya cuenta con la creatividad, y a difusión 871.980,00.- €.

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. Igualmente, este informe incluirá toda la información relativa a los contratos de patrocinio gestionados por cada una de las Consejerías.

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.

El principal objetivo de 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 50 campañas³ de publicidad institucional, con un presupuesto de 3.072.130,00.-€, correspondiendo 1.016.480,00 00.-€ 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 7 campañas.

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 46 % de la inversión;

³ 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.





2º El Eje 1. Economía y empleo con un presupuesto de 867.550,00.-€, atribuible en más de la mitad de la inversión al INFO, y que representa el 28% de la inversión

3º El 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 Hacienda, con un presupuesto de 307.100,00.- €, que representa el 30% 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 18% de la inversión.

3º La Consejería de Empleo, Universidades, Empresa y Medio Ambiente con un presupuesto de 150.400,00 €, que representa el 15% 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 46 de las 50 campañas, seguidos de la radio y prensa que se proponen para 42 y 41 de las campañas, respectivamente. En cuanto al público objetivo de las campañas, en un 57% se centran en público general, mientras que un 43% se orientan a sectores específicos.

El Plan se ha estructurado en 10 ejes por materias, que a su vez se integran por las 50 campañas institucionales que a continuación se detallan en las fichas del siguiente Anexo.





RIVERA BARRACHINA, PEDRO

26/04/2019 14:23:38

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. Los firmantes y las fechas de firma se muestran en los recuadros. Su autenticidad puede ser contrastada accediendo a la siguiente dirección: <https://sede.carm.es/verificardocumentos> e introduciendo el código seguro de verificación (CSV) CARM-30b721c7-681e-d6f3-81a-00505696280



RIVERA BARRACHINA, PEDRO

26/04/2019 14:23:38

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. Los firmantes y las fechas de firma se muestran en los recuadros. Su autenticidad puede ser contrastada accediendo a la siguiente dirección: <https://sede.carm.es/verificardocumentos> e introduciendo el código seguro de verificación (CSV) CARM-30b721c7-681e-d6f3-81a-00505696280

ANEXO



RIVERA BARRACHINA, PEDRO

26/04/2019 14:23:38

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. Los firmantes y las fechas de firma se muestran en los recuadros. Su autenticidad puede ser contrastada accediendo a la siguiente dirección: <https://sede.carm.es/verificardocumentos> e introduciendo el código seguro de verificación (CSV) CARM-30b721c7-681e-d6f3-81a-00505696280

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).
- 1.7. Fondos estructurales: Fondo europeo de desarrollo regional y Fondo social europeo (C. Hacienda).

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 (C. Familia e igualdad)
- 6.2. Campaña contra la violencia de género (C. Familia e igualdad)
- 6.3. Recursos para nuestros mayores (C. Familia e igualdad)
- 6.4. Apoyo a la Familia (C. Familia e igualdad)

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)
- 9.3. Elecciones a la Asamblea Regional (C. Hacienda)

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)

26/04/2019 14:23:38

RIVERA BARRACHINA, PEDRO

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. Los firmantes y las fechas de firma se muestran en los recuadros. Su autenticidad puede ser contrastada accediendo a la siguiente dirección: <https://sede.carm.es/verificardocumentos> e introduciendo el código seguro de verificación (CSV) CARM-30b721c7-681e-4ef3-811a-00505696b280





RIVERA BARRACHINA, PEDRO

26/04/2019 14:23:38

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. Los firmantes y las fechas de firma se muestran en los recuadros. Su autenticidad puede ser contrastada accediendo a la siguiente dirección: <https://sede.carm.es/verificardocumentos> e introduciendo el código seguro de verificación (CSV) CARM-30b721c7-681e-d6f3-81a-00505696280



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	
Objetivo y finalidad: Informar a los ciudadanos de los procesos selectivos que convoca la administración, así como sobre la oferta de empleo público para el 2019.			
Coste estimado	Creatividad:	Difusión:	TOTAL:
	2.100,00 €	15.000,00 €	17.100,00 €
Período de ejecución:	Primer trimestre (Enero y febrero)		
Soporte/s:	Prensa digital y exterior.		
Zona de influencia:	Región de Murcia		
Población objetivo:	Personas de 18 a 65 años		
Medidas de accesibilidad: 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	
Objetivo y finalidad: 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.			
Coste estimado	Creatividad:	Difusión:	TOTAL:
	12.000,00 €	26.000,00 €	38.000,00 €
Período de ejecución:	Tercer y cuarto trimestre		
Soporte/s:	Radio, prensa, internet, exterior y cine		
Zona de influencia:	Región de Murcia		
Población objetivo:	Mujeres		
Medidas de accesibilidad: 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

Objetivo y finalidad:

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.

Coste estimado

Creatividad:

4.900,00 €

Difusión:

35.000,00 €

TOTAL:

39.900,00 €

Período de ejecución:

Tercer y cuarto trimestre

Soporte/s:

Prensa digital, radio, televisión y exterior.

Zona de influencia:

Región de Murcia

Población objetivo:

Desempleados que sean jóvenes, mayores de 45 años, de larga duración o que opten por el autoempleo

Medidas de accesibilidad:

Subtitulación, audiodescripción...

1. EMPLEO Y ECONOMÍA

CONSEJERÍA DE EMPLEO, UNIVERSIDADES, EMPRESA Y MEDIO AMBIENTE

INFO

CAMPAÑA Nº 1.4

PROMOCIÓN ACTIVIDADES INFO

Objetivo y finalidad:

Dar a conocer los servicios, proyectos y programas, así como las convocatorias de subvenciones del Instituto de Fomento.

Coste estimado

Creatividad:

90.000,00 €

Difusión:

400.000,00 €

TOTAL:

490.000,00 €

Período de ejecución:

Tercer y cuarto trimestre

Soporte/s:

Eventos, jornadas, talleres, publicidad on y off line, vídeos...

Zona de influencia:

Región de Murcia

Población objetivo:

Empresarios y emprendedores de la Región de Murcia

Medidas de accesibilidad:

Subtitulación, audiodescripción...





1. EMPLEO Y ECONOMÍA

CONSEJERÍA DE HACIENDA

AGENCIA TRIBUTARIA DE LA REGIÓN DE MURCIA

CAMPAÑA Nº 1.5	DIFUSIÓN DE LOS PERIODOS VOLUNTARIOS DE PAGO DE TRIBUTOS LOCALES		
Objetivo y finalidad: 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.			
Coste estimado	Creatividad:	Difusión:	TOTAL:
	0,00 €	11.700,00 €	11.700,00 €
Período de ejecución:	Tercer y cuarto trimestre		
Soporte/s:	Radio, prensa, internet y exterior		
Zona de influencia:	Región de Murcia		
Población objetivo:	General		
Medidas de accesibilidad:			
No se prevén			

1. EMPLEO Y ECONOMÍA

CONSEJERÍA DE HACIENDA

AGENCIA TRIBUTARIA DE LA REGIÓN DE MURCIA

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





1. EMPLEO Y ECONOMÍA

CONSEJERÍA DE HACIENDA

DIRECCIÓN GENERAL DE PRESUPUESTOS Y FONDOS EUROPEOS

CAMPAÑA Nº 1.7		FONDOS ESTRUCTURALES: FEDER Y FSE	
Objetivo y finalidad: Dar visibilidad a los Programas Operativos y a la Política Europea en general, resaltando el papel que juega la Unión Europea en la cofinanciación de las actuaciones recogidas en los Programas Operativos FEDER y FSE de Murcia, 2014-2020.			
Coste estimado	Creatividad:	Difusión:	TOTAL:
	265.000,00 €		
Período de ejecución:		Tercer y cuarto trimestre	
Soporte/s:		Radio, TV y prensa.	
Zona de influencia:		Región de Murcia	
Población objetivo:		General	
Medidas de accesibilidad: Subtitulación, audio descripción			

2. SALUD

CONSEJERÍA DE SALUD

DIRECCIÓN GENERAL DE SALUD PÚBLICA Y ADICCIONES

CAMPAÑA Nº 2.1		VACUNACIÓN CONTRA LA GRIPE	
Objetivo y finalidad: 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...)			
Coste estimado	Creatividad:	Difusión:	TOTAL:
	1.400,00 €	5.000,00 €	6.400,00 €
Período de ejecución:	Tercer y cuartotrimestre		
Soporte/s:	Radio, RRSS y TV		
Zona de influencia:	Región de Murcia		
Población objetivo:	Mayores, embarazadas, personal sanitario, etc...		
Medidas de accesibilidad: Subtitulación			





2. SALUD

CONSEJERÍA DE SALUD

SERVICIO MURCIANO DE SALUD

CAMPAÑA Nº 2.2	PORTAL DEL PACIENTE		
Objetivo y finalidad:			
Fomentar el uso del Portal del Paciente entre los usuarios del SMS.			
Coste estimado	Creatividad:	Difusión:	TOTAL:
	1.400,00 €	25.000,00 €	26.400,00 €
Período de ejecución:	Tercer y cuarto trimestre		
Soporte/s:	Radios, televisiones locales y RRSS		
Zona de influencia:	Región de Murcia		
Población objetivo:	Todos los usuarios del Servicio Murciano de Salud.		
Medidas de accesibilidad:			
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		
Objetivo y finalidad: 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.			
Coste estimado	Creatividad:	Difusión:	TOTAL:
	1.500,00 €	13.500,00 €	15.000,00 €
Período de ejecución:	Tercer y cuarto trimestre		
Soporte/s:	Prensa, internet, cartelería y merchandising		
Zona de influencia:	Región de Murcia		
Población objetivo:	General		
Medidas de accesibilidad: Subtitulación			





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	
Objetivo y finalidad: 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.			
Coste estimado	Creatividad:	Difusión:	TOTAL:
	0,00 €	12.000,00 €	12.000,00 €
Período de ejecución:	Tercer y cuarto trimestre		
Soporte/s:	Radio, prensa e internet		
Zona de influencia:	Región de Murcia		
Población objetivo:	General. Familias		
Medidas de accesibilidad: 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	
Objetivo y finalidad: Campaña para dignificar la figura del docente en la Región de Murcia. Agradecer su labor.			
Coste estimado	Creatividad:	Difusión:	TOTAL:
	0,00 €	12.000,00 €	12.000,00 €
Período de ejecución:	Tercer y cuarto trimestre		
Soporte/s:	Radio, prensa, internet, exterior y cine		
Zona de influencia:	Región de Murcia		
Población objetivo:	General. Docentes		
Medidas de accesibilidad: 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		
Objetivo y finalidad:			
Fomentar el estudio de idiomas y divulgar la oferta idiomática de los centros escolares.			
Coste estimado	Creatividad:	Difusión:	TOTAL:
	0,00 €	12.000,00 €	12.000,00 €
Período de ejecución:	Tercer y cuarto trimestre		
Soporte/s:	Radio, prensa e internet		
Zona de influencia:	Región de Murcia		
Población objetivo:	General. Familias		
Medidas de accesibilidad:			

3. EDUCACIÓN Y JUVENTUD

CONSEJERÍA DE EDUCACIÓN, JUVENTUD Y DEPORTES

DIRECCIÓN GENERAL DE JUVENTUD

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

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

4. TECNOLOGÍA E INVESTIGACIÓN

CONSEJERÍA DE HACIENDA

DIRECCIÓN GENERAL DE INFORMÁTICA, PATRIMONIO Y TELECOMUNICACIONES

CAMPAÑA Nº 4.1	ADMINISTRACIÓN ELECTRÓNICA		
Objetivo y finalidad: Dar a conocer a los ciudadanos los nuevos servicios basados en las tecnologías para relacionarse con la Administración.			
Coste estimado	Creatividad:	Difusión:	TOTAL:
	7.000,00 €	18.000,00 €	25.000,00 €
Período de ejecución:	Tercer y cuarto trimestre		
Soporte/s:	Radio, prensa e internet		
Zona de influencia:	Región de Murcia		
Población objetivo:	General		
Medidas de accesibilidad: 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 INTEGRA

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

4. TECNOLOGÍA E INVESTIGACIÓN

CONSEJERÍA DE HACIENDA

FUNDACIÓN INTEGRA

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





4. TECNOLOGÍA E INVESTIGACIÓN

CONSEJERÍA DE HACIENDA

FUNDACIÓN INTEGRA

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

4. TECNOLOGÍA E INVESTIGACIÓN

CONSEJERÍA DE HACIENDA

FUNDACIÓN INTEGRA

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





4. TECNOLOGÍA E INVESTIGACIÓN

CONSEJERÍA DE HACIENDA

FUNDACIÓN INTEGRA

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

4. TECNOLOGÍA E INVESTIGACIÓN

CONSEJERÍA DE HACIENDA

FUNDACIÓN INTEGRA

CAMPAÑA Nº 4.7		PATRIMONIO DIGITAL	
Objetivo y finalidad: Dar a conocer los contenidos digitales y documentales que gestiona y produce la Fundación Integra relacionados con el patrimonio regional, así como la web y el canal específico de youtube en el que están publicados.			
Coste estimado	Creatividad:	Difusión:	TOTAL:
	200,00 €	2.300,00 €	2.500,00 €
Período de ejecución:	Tercer trimestre		
Soporte/s:	Banners digitales y medios regionales		
Zona de influencia:	Región de Murcia		
Población objetivo:	General		
Medidas de accesibilidad: 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.		
Objetivo y finalidad: Difundir las actividades de la "Semana de la Ciencia y la Tecnología", y resaltar los elementos más novedosos aportados por los participantes.			
Coste estimado	Creatividad:	Difusión:	TOTAL:
	4.000,00 €	13.700,00 €	17.700,00 €
Período de ejecución:	Cuarto trimestre (octubre – noviembre)		
Soporte/s:	Prensa y folletos.		
Zona de influencia:	Región de Murcia		
Población objetivo:	General		
Medidas de accesibilidad: Audiodescripción.			

5. INFRAESTRUCTURAS Y SEGURIDAD

CONSEJERÍA DE FOMENTO E INFRAESTRUCTURAS

DIRECCIÓN GENERAL DE TRANSPORTES, COSTAS Y PUERTOS

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





5. INFRAESTRUCTURAS Y SEGURIDAD

CONSEJERÍA DE PRESIDENCIA

DIRECCIÓN GENERAL DE ADMINISTRACIÓN LOCAL

CAMPAÑA Nº 5.2	PLAN DE COOPERACIÓN DE OBRAS Y SERVICIOS		
Objetivo y finalidad: 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.			
Coste estimado	Creatividad:	Difusión:	TOTAL:
	3.500,00 €	15.000,00 €	18.500,00 €
Período de ejecución:	Tercer y cuarto trimestre		
Soporte/s:	TV, radio, prensa e internet.		
Zona de influencia:	Región de Murcia		
Población objetivo:	General		
Medidas de accesibilidad: Subtitulación			

5. INFRAESTRUCTURAS Y SEGURIDAD

CONSEJERÍA DE PRESIDENCIA

DIRECCIÓN GENERAL DE ADMINISTRACIÓN LOCAL

CAMPAÑA Nº 5.3		PLAN DE PEDANÍAS, DIPUTACIONES, BARRIOS PERIFÉRICOS Y/O DEPRIMIDOS	
Objetivo y finalidad:			
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			
Coste estimado	Creatividad:	Difusión:	TOTAL:
	3.500,00 €	15.000,00 €	18.500,00 €
Período de ejecución:	Tercer y cuarto trimestre		
Soporte/s:	TV, radio, prensa e Internet		
Zona de influencia:	Región de Murcia		
Población objetivo:	General		
Medidas de accesibilidad:			
Subtitulación			





5. INFRAESTRUCTURAS Y SEGURIDAD

CONSEJERÍA DE FOMENTO E INFRAESTRUCTURAS

DIRECCIÓN GENERAL DE ORDENACIÓN DEL TERRITORIO, ARQUITECTURA Y VIVIENDA

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

5. INFRAESTRUCTURAS Y SEGURIDAD

CONSEJERÍA DE FOMENTO E INFRAESTRUCTURAS

DIRECCIÓN GENERAL DE TRANSPORTES, COSTAS Y PUERTOS

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

26/04/2019 14:23:38

RIVERA BARRACHINA, PEDRO

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. Los firmantes y las fechas de firma se muestran en los recuadros. Su autenticidad puede ser contrastada accediendo a la siguiente dirección: <https://sede.carm.es/verificardocumentos> e introduciendo el código seguro de verificación (CSV) CARMA-30b721c7-681e-de13-81a-00505696d280





5. INFRAESTRUCTURAS Y SEGURIDAD

CONSEJERÍA DE FOMENTO E INFRAESTRUCTURAS

DIRECCIÓN GENERAL DE ORDENACIÓN DEL TERRITORIO, ARQUITECTURA Y VIVIENDA

CAMPAÑA Nº 5.6		AYUDAS DEL PLAN DE VIVIENDA 2018-2021	
Objetivo y finalidad: 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.			
Coste estimado	Creatividad:	Difusión:	TOTAL:
	3.500,00 €	30.000,00 €	33.500,00 €
Período de ejecución:		Tercer y cuarto trimestre	
Soporte/s:	TV, radio, prensa, internet, redes sociales y marketing postal		
Zona de influencia:	Región de Murcia		
Población objetivo:	General: familias numerosas, personas mayores de 65 años, personas con discapacidad, jóvenes, propietarios de viviendas, inquilinos de viviendas, constructores y promotores.		
Medidas de accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción...			

5. INFRAESTRUCTURAS Y SEGURIDAD

CONSEJERÍA DE PRESIDENCIA

DIRECCIÓN GENERAL DE SEGURIDAD CIUDADANA Y EMERGENCIAS

CAMPAÑA Nº 5.7		PLAN COPLA 2019	
Objetivo y finalidad: 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.			
Coste estimado	Creatividad:	Difusión:	TOTAL:
	3.500,00 €	11.000,00 €	14.500,00 €
Período de ejecución:	Segundo, tercer y cuarto trimestre		
Soporte/s:	TV, radio, prensa, internet y medios externos		
Zona de influencia:	Región de Murcia		
Población objetivo:	General		
Medidas de accesibilidad: Subtitulación.			





5. INFRAESTRUCTURAS Y SEGURIDAD

CONSEJERÍA DE PRESIDENCIA

DIRECCIÓN GENERAL DE SEGURIDAD CIUDADANA Y EMERGENCIAS

CAMPAÑA Nº 5.8		PLAN INFOMUR 2019	
Objetivo y finalidad: 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.			
Coste estimado	Creatividad:	Difusión:	TOTAL:
	3.500,00 €	11.000,00 €	14.500,00 €
Período de ejecución:	Segundo, tercer y cuarto trimestre		
Soporte/s:	TV, radio, prensa, internet y medios exteriores.		
Zona de influencia:	Región de Murcia		
Población objetivo:	General		
Medidas de accesibilidad: Subtitulación			

6. FAMILIA E IGUALDAD DE OPORTUNIDADES

CONSEJERÍA DE FAMILIA E IGUALDAD DE OPORTUNIDADES y EMPRESA

DIRECCIÓN GENERAL DE MUJER E IGUALDAD DE OPORTUNIDADES

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





6. FAMILIA E IGUALDAD DE OPORTUNIDADES

CONSEJERÍA DE FAMILIA E IGUALDAD DE OPORTUNIDADES

DIRECCIÓN GENERAL DE MUJER E IGUALDAD DE OPORTUNIDADES

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

6. FAMILIA E IGUALDAD DE OPORTUNIDADES

CONSEJERÍA DE FAMILIA E IGUALDAD DE OPORTUNIDADES

DIRECCIÓN GENERAL DE FAMILIA Y POLÍTICAS SOCIALES

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





6. FAMILIA E IGUALDAD DE OPORTUNIDADES

CONSEJERÍA DE FAMILIA E IGUALDAD DE OPORTUNIDADES

DIRECCIÓN GENERAL DE FAMILIA E IGUALDAD DE OPORTUNIDADES

CAMPAÑA Nº 6.4	APOYO A LA FAMILIA		
Objetivo y finalidad: 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.			
Coste estimado	Creatividad:	Difusión:	TOTAL:
	1.400,00 €	14.000,00 €	15.400,00 €
Período de ejecución:	Tercer y cuarto trimestre		
Soporte/s:	Diarios digitales, redes sociales, prensa y radio		
Zona de influencia:	Región de Murcia		
Población objetivo:	Sociedad en general, con especial énfasis en las familias		
Medidas de accesibilidad:			

7. AGUA Y AGRICULTURA

CONSEJERÍA DE AGUA, AGRICULTURA, GANADERÍA Y PESCA

DIRECCIÓN GENERAL DE INNOVACIÓN, PRODUCCIONES Y MERCADOS AGROALIMENTARIOS

CAMPAÑA Nº 7.1	"ERES VANGUARDIA" sobre innovación y sostenibilidad en el sector agrario regional.		
Objetivo y finalidad: 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.			
Coste estimado	Creatividad:	Difusión:	TOTAL:
	12.600,00 €	20.000,00 €	32.600,00 €
Período de ejecución:	Tercer y cuarto trimestre		
Soporte/s:	Prensa impresa y digital, radio, televisión y publicidad exterior.		
Zona de influencia:	Región de Murcia		
Población objetivo:	Población de 30 a 70 años de edad		
Medidas de accesibilidad: Subtitulación			





7. AGUA Y AGRICULTURA

CONSEJERÍA DE AGUA, AGRICULTURA, GANADERÍA Y PESCA

DIRECCIÓN GENERAL DEL AGUA

CAMPAÑA Nº 7.2		40 AÑOS DE AGRICULTURA SOSTENIBLE Y USO EFICIENTE DEL AGUA EN LA REGIÓN DE MURCIA.	
Objetivo y finalidad: 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.			
Coste estimado	Creatividad:	Difusión:	TOTAL:
	9.100,00 €	45.000,00 €	54.100,00 €
Período de ejecución:		Tercer y cuarto trimestre	
Soporte/s:		Radio, prensa, TV, diarios digitales, exterior, cines y redes sociales.	
Zona de influencia:		Región de Murcia	
Población objetivo:		General	
Medidas de accesibilidad: Subtitulación			

7. AGUA Y AGRICULTURA

CONSEJERÍA DE AGUA, AGRICULTURA, GANADERÍA Y PESCA

INSTITUTO MURCIANO DE INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO AGRARIO Y ALIMENTARIO

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





8. MEDIO AMBIENTE

CONSEJERÍA DE EMPLEO, UNIVERSIDADES, EMPRESA Y MEDIO AMBIENTE

DIRECCIÓN GENERAL DE MEDIO AMBIENTE Y MAR MENOR

CAMPAÑA Nº 8.1		CANAL MAR MENOR	
Objetivo y finalidad: 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.			
Coste estimado	Creatividad:	Difusión:	TOTAL:
	10.500,00 €	20.000,00 €	30.500,00 €
Período de ejecución:	Tercer y cuarto trimestre		
Soporte/s:	Prensa digital y radios.		
Zona de influencia:	Región de Murcia		
Población objetivo:	General		
Medidas de accesibilidad:			

8. MEDIO AMBIENTE

CONSEJERÍA DE EMPLEO, UNIVERSIDADES, EMPRESA Y MEDIO AMBIENTE

DIRECCIÓN GENERAL DE ENERGÍA Y ACTIVIDAD INDUSTRIAL Y MINERA

CAMPAÑA Nº 8.2	FOMENTO DEL AHORRO Y LA EFICIENCIA ENERGÉTICA		
Objetivo y finalidad:			
Informar y difundir de buenas prácticas de ahorro y la eficiencia energética.			
Coste estimado	Creatividad:	Difusión:	TOTAL:
	0,00 €	40.000,00 €	40.000,00 €
Período de ejecución:	Tercer y cuarto trimestre		
Soporte/s:	Prensa, radio, carteles, folletos, banners, mupis, redes sociales y landing page.		
Zona de influencia:	Región de Murcia		
Población objetivo:	Empresas de la Región de Murcia		
Medidas de accesibilidad:			
Audiodescripción			





8. MEDIO AMBIENTE

CONSEJERÍA DE EMPLEO, UNIVERSIDADES, EMPRESA Y MEDIO AMBIENTE

DIRECCIÓN GENERAL DE ENERGÍA Y ACTIVIDAD INDUSTRIAL Y MINERA

CAMPAÑA Nº 8.3	FOMENTO DE LA PRODUCCIÓN Y DEL AUTOCONSUMO DE ENERGÍAS RENOVABLE.		
Objetivo y finalidad: Informar, concienciar y difundir las ventajas de la producción y el uso de energías renovables.			
Coste estimado	Creatividad:	Difusión:	TOTAL:
	0,00 €	40.000,00 €	40.000,00 €
Período de ejecución:	Tercer y cuarto trimestre		
Soporte/s:	Prensa, radio, carteles, folletos, banners, mupis, redes sociales y landing page.		
Zona de influencia:	Región de Murcia		
Población objetivo:	Empresas de la Región de Murcia.		
Medidas de accesibilidad: Audiodescripción			

8. MEDIO AMBIENTE

CONSEJERÍA DE FOMENTO E INFRAESTRUCTURAS

DIRECCIÓN GENERAL DE TRANSPORTES, COSTAS Y PUERTOS

CAMPAÑA Nº 8.4	LA MANGA 365		
Objetivo y finalidad: 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.			
Coste estimado	Creatividad:	Difusión:	TOTAL:
	3.000,00 €	10.000,00 €	13.000,00 €
Período de ejecución:	Tercer y cuarto trimestre		
Soporte/s:	Radio, internet, redes sociales y publicidad exterior		
Zona de influencia:	Región de Murcia, especialmente en La Manga		
Población objetivo:	General, especialmente, vecinos, sector empresarial, colectivos implicados y turistas de La Manga		
Medidas de accesibilidad: Subtitulación y audiodescripción			





9. PARTICIPACIÓN CIUDADANA Y FECHAS CONMEMORATIVAS

CONSEJERÍA DE TRANSPARENCIA, PARTICIPACIÓN Y PORTAVOZ

OFICINA DE LA TRANSPARENCIA Y LA PARTICIPACIÓN CIUDADANA

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

9. PARTICIPACIÓN CIUDADANA Y FECHAS CONMEMORATIVAS

CONSEJERÍA DE TRANSPARENCIA, PARTICIPACIÓN Y PORTAVOZ

SECRETARÍA GENERAL

CAMPAÑA Nº 9.2		DÍA DE LA REGIÓN	
Objetivo y finalidad: 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.			
Coste estimado	Creatividad:	Difusión:	TOTAL:
	2.100,00 €	14.000,00 €	16.100,00 €
Período de ejecución:	9 primeros días de junio		
Soporte/s:	Radio, prensa, TV y redes sociales		
Zona de influencia:	Región de Murcia		
Población objetivo:	General		
Medidas de accesibilidad: Subtitulación y audiodescripción			





9. PARTICIPACIÓN CIUDADANA Y FECHAS CONMEMORATIVAS

CONSEJERÍA DE PRESIDENCIA

SECRETARÍA GENERAL

CAMPAÑA Nº 9.3		ELECCIONES A LA ASAMBLEA REGIONAL	
Objetivo y finalidad: Difusión de los procemientos de votatación (voto por correo, voto asistido, voto de residentes en el extranjero) a la asamblea regional.			
Coste estimado	Creatividad:	Difusión:	TOTAL:
	0,00 €	1.380,00 €	1.380,00 €
Período de ejecución:		Segundo trimestre (abril y mayo)	
Soporte/s:		TV y radio	
Zona de influencia:		Región de Murcia	
Población objetivo:		Mayores de 18 años.	
Medidas de accesibilidad: 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.	
Objetivo y finalidad: Dar a conocer la actividad, programación y los talleres que se realizan en los distintos museos de la Comunidad Autónoma.			
Coste estimado	Creatividad:	Difusión:	TOTAL:
	1.400,00 €	10.000,00 €	11.400,00 €
Período de ejecución:	El último domingo de cada mes para anunciar la programación del mes siguiente.		
Soporte/s:	Prensa escrita y cuñas de radio		
Zona de influencia:	Ciudades de Murcia y Cartagena		
Población objetivo:	General		
Medidas de accesibilidad: 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

CAMPAÑA Nº 10.2

DÍA INTERNACIONAL DE LOS MUSEOS

Objetivo y finalidad:

Promover las visitas a los museos de la Región y fomentar la cultura a través del arte.

Coste estimado

Creatividad:

Difusión:

TOTAL:

0,00 €

5.000,00 €

5.000,00 €

Período de ejecución:

18 mayo

Soporte/s:

Prensa y radio

Zona de influencia:

Región de Murcia

Población objetivo:

General

Medidas de accesibilidad:

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

CAMPAÑA Nº 10.3

PIAN FOMENTO LECTURA

Objetivo y finalidad:

Fomentar la lectura.

Coste estimado

Creatividad:

Difusión:

TOTAL:

1.400,00 €

10.000,00 €

11.400,00 €

Período de ejecución:

Tercer y cuarto trimestre

Soporte/s:

Prensa, radio y TV.

Zona de influencia:

Región de Murcia

Población objetivo:

De 10 a 90 años

Medidas de accesibilidad:





10. TURISMO Y CULTURA

CONSEJERÍA DE TURISMO Y CULTURA

ITREM

CAMPAÑA Nº 10.4		PROMOCIÓN TURÍSTICA NACIONAL E INTERNACIONAL	
Objetivo y finalidad: 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.			
Coste estimado	Creatividad:	Difusión:	TOTAL:
	100.000,00 €	1.250.000,00 €	1.350.000,00 €
Período de ejecución:	Anual		
Soporte/s:	Exterior, TV, radio, online y prensa		
Zona de influencia:	Murcia/España/Europa/Internacional		
Población objetivo:	General		
Medidas de accesibilidad:			

10. TURISMO Y CULTURA

CONSEJERÍA DE TURISMO Y CULTURA

ICA

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





19TRINF026/TRAH

ASUNTO: INFORME JURÍDICO – PLAN DE COMUNICACIÓN Y PUBLICIDAD INSTITUCIONAL 2019.

En relación con el asunto arriba referenciado, y de acuerdo con el Decreto del Presidente nº 2/2018, de 20 de abril, por este Servicio Jurídico se emite el siguiente informe jurídico en relación al Plan anual de comunicación y publicidad institucional 2019 aprobado por el Consejo de Publicidad y Comunicación Institucional, en su sesión de 15 de abril, con el código seguro de verificación CARM-2161b831-64f8-28cf-dac5-0050569b34e7

ANTECEDENTES

PRIMERO.- El pasado 11 febrero fue remitido para informe el “Plan anual de comunicación y publicidad institucional 2019” junto al acta nº 1, de 11 de febrero, de constitución del Consejo de Publicidad y Comunicación Institucional de la Región de Murcia y de aprobación del Plan por dicho órgano.

SEGUNDO.- El 18 de enero, en la Comisión de Secretarios Generales previa al Consejo de Gobierno del día 20 de enero, se propone incluir en el Plan unos párrafos aclaratorios en cuanto a su contenido, en concreto, que en el Plan se especifique que éste no incluye los patrocinios.

TERCERO.- De acuerdo con el acta nº 2 del Consejo de Publicidad y Comunicación Institucional, el mismo día 18 de enero, a continuación de la Comisión de Secretarios, se reúne el Consejo y acuerda, de conformidad con la propuesta de la Comisión, modificar el Plan aprobado el 11 de febrero.

No obstante, el Plan con las modificaciones incorporadas finalmente no llega a elevarse a Consejo de Gobierno para su aprobación.

CUARTO.- El 28 de febrero se publica en el BORM nº 49, el Decreto el Presidente nº 2/2019, de 27 de febrero, por el que se modifica el Decreto del Presidente nº 2/2018, de 20 de abril, de reorganización de la Administración Regional. Mediante el citado decreto se crea la Consejería de Transparencia y Participación y se establecen sus competencias.

Por otro lado, el 5 de marzo el Gobierno de España acuerda convocar elecciones estatales para el 28 de abril.





QUINTO.- De acuerdo con el acta nº 3 del Consejo de Publicidad y Comunicación Institucional, habida cuenta las nuevas competencias que el decreto de reorganización atribuye a la Consejería de Transparencia y Participación y el adelanto de las elecciones generales, el 15 de abril se reúne de nuevo el Consejo conviniendo sus miembros una nueva modificación del Plan 2019, en concreto, acuerdan:

1. Adecuar el Plan a las nuevas competencias que, en gestión de publicidad institucional, han sido atribuidas a la nueva Consejería de Transparencia y Participación por el Decreto de reorganización nº 2/2019, de 27 de febrero.
2. Adaptar el período de ejecución de las campañas institucionales como consecuencia de la convocatoria de las elecciones generales.
3. Incluir dos nuevas campañas, la C.1.7. "Fondos Estructurales: FEDER y FSE" y la C.9.3. "Elecciones a la Asamblea Regional".
4. Disminuir el importe de las campañas C.7.1. "Eres vanguardia": sobre innovación y sostenibilidad en el sector agrario regional y C.7.2. "40 años de agricultura sostenible y uso eficiente del agua en la Región de Murcia".

SEXTO.- Aprobado por los miembros del Consejo la segunda modificación del Plan de comunicación y publicidad institucional 2019 se remite el expediente a este Servicio Jurídico en solicitud del correspondiente informe jurídico a los efectos previstos en el artículo 11 del Decreto 53/2001, de 15 de junio, por el que se aprueba la estructura orgánica de la Consejería de Presidencia, en tanto no sea aprobado el Decreto de estructura de la nueva Consejería de Transparencia y Participación.

A la vista de los referidos antecedentes procede realizar las siguientes

CONSIDERACIONES

PRIMERA.- Régimen Jurídico.

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 (LCPI), que se alza como el marco normativo en el que se ha de desarrollar la política de comunicación y de publicidad del Gobierno regional.

Este marco regulador se completa con el artículo 4 de la Ley estatal 39/2005, de 29 de diciembre, de Publicidad y Comunicación Institucional, de carácter básico, y con los artículos 7 a 22 de la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad, que





definen los tipos de contratos publicitarios (contrato de publicidad, contrato de difusión publicitaria, contrato de creación publicitaria y contrato de patrocinio).

SEGUNDA.- Consideración previa.

Con carácter previo a abordar el análisis del Plan, y para su mejor comprensión, resulta de interés delimitar determinados conceptos, tales como: qué se entiende por comunicación institucional, campañas de publicidad y otras formas de publicidad como los patrocinios.

La comunicación institucional es un concepto amplio, que abarca desde ruedas de prensa, comunicados, páginas web propias, hasta lo que se denomina actividad publicitaria.

La actividad publicitaria puede ser entendida como un acto de comunicación que, orientado a la difusión de un mensaje, realiza la Administración esencialmente para dar a conocer a los ciudadanos sus derechos y obligaciones, los servicios que presta y las actividades que desarrolla. Esta actividad tiene lugar a través de soportes de terceros - anuncios, cuñas de radio, banners...- o herramientas de difusión -cartelería, folletos, publicaciones- cuyo uso o cesión supone una contraprestación económica por parte de la Administración.

Tanto las campañas de publicidad institucional como los patrocinios institucionales forman parte de la publicidad institucional pero tienen una naturaleza y finalidad diferentes. Mientras que las campañas publicitarias conectan de forma directa con las necesidades de comunicación externa de la organización, el patrocinio institucional es una fórmula estrechamente vinculada con la imagen corporativa. En las campañas institucionales es el Gobierno quien inicia el proceso de comunicación y se dirige a la ciudadanía, a través de los formatos y soportes publicitarios. En el patrocinio institucional, el Gobierno se vincula a una iniciativa organizada por terceros, de la que espera obtener un retorno de inversión en términos de imagen. En este caso, el Gobierno lo que pretende es fortalecer y reforzar la identidad e imagen del Gobierno a través de la adhesión a iniciativas de terceros que conectan con los principios, valores y objetivos de interés público que el Gobierno promueve.

Conviene ahora también aclarar que en torno al concepto de campaña publicitaria se articulan dos tipos de contratos de publicidad, en un primer lugar, el contrato de creatividad y, en un segundo estadio, el contrato de difusión de esa publicidad.

Expuesto lo anterior debe indicarse que el Plan que se examina, en opinión de quien informa mal denominado "Plan anual de comunicación y publicidad institucional





2019”, sólo incluye campañas de publicidad institucional, ya que no todo el contenido de la comunicación institucional es planificable, pues difícilmente puede preverse.

Un claro ejemplo de lo que es difícilmente planificable en comunicación institucional son los patrocinios, motivo por el cual el Plan no incluye los patrocinios concretos a realizar. Ahora bien, ello no es óbice, para que en planes futuros pudiera hacerse mención al importe económico que se va a destinar a los mismos, así como a las prioridades de interés público y los criterios que se tendrán en cuenta para su selección.

Finalmente advertir que dado que los patrocinios forman parte de la publicidad institucional, el detalle de los mismos debe publicarse en el Portal de Transparencia e incluirse en los distintos informes que a la Asamblea Regional deban remitirse en cumplimiento de Ley de Comunicación y Publicidad Institucional de la CARM.

TERCERA.- Elaboración del Plan.

De acuerdo con el artículo 12 de la LCPI el Consejo de Publicidad y Comunicación Institucional de la Región de Murcia ha de elaborar anualmente los planes anuales de comunicación y publicidad institucional cuya aprobación corresponde al Consejo de Gobierno.

Los planes se han de elaborar en el marco de la mentada Ley 13/2018, de 29 de noviembre, pero también al amparo de lo previsto en 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.

El Plan anual de comunicación y publicidad institucional 2019 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.





CUARTA.- Contenido del Plan anual de comunicación y publicidad institucional 2019 (PCPI 2019).

El Plan 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 Murcia¹, el Plan, en atención al ámbito de aplicación de la ley que se extiende a todo el sector público, incorpora también las campañas del resto del sector público que no tengan carácter industrial, comercial o mercantil.

El PCPI 2019 se ha estructurado en ejes por materias, en concreto en los siguientes ejes:

- 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.

A su vez, los ejes por materias se desagregan en 50 campañas publicitarias. 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 de la LCPI, 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.

¹ 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.





Dentro de las 50 campañas que contiene el Plan figuran también las siguientes dos campañas ya adjudicadas:

C.1.1. Empleo público 2019, campaña propuesta por la Consejería de Hacienda.

C.5.1. Aeropuerto internacional de la Región de Murcia, campaña propuesta por la Consejería de Fomento e Infraestructuras.

El contenido del Plan ha sido examinado a la luz de los parámetros legales fijados por la Ley regional como por la normativa básica, a saber: principios generales que deben respetar las campañas, los objetivos de interés público que han de cumplir 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.

De acuerdo con lo expuesto, en el Plan se detallan los objetivos de interés público que cumplen las campañas propuestas, quedando estas enmarcadas en uno o más de los objetivos legales relacionados en el artículo 2 LCPI, a saber:

“a) Promover valores y conductas que consoliden la democracia, la libertad, la convivencia, la igualdad y la solidaridad.

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.

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.

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

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.





- 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.*
- 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.*
- i) Difundir ofertas de empleo público.*
- j) Difundir actitudes cívicas en beneficio de la colectividad y los valores de convivencia y solidaridad entre los ciudadanos y ciudadanas.*
- k) Contribuir a la difusión y mejora de la Región de Murcia y de su patrimonio histórico y cultural.*
- l) La promoción de los propios valores, imagen o señas de identidad del territorio o la población de la administración anunciante.*
- 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”.*

Asimismo, y con el objeto de promover la accesibilidad, las fichas de las campañas incluyen un apartado relativo a las medidas de accesibilidad que pretenden incorporar para garantizar la misma.

En otro orden, debe subrayarse que el objetivo de la comunicación descrito para las distintas las campañas es coherente con la actividad y función que corresponde a las entidades proponentes desde su competencia material.

Por otro lado, no se observa que las fichas de las campañas incluidas en el anexo del Plan incurran en ninguna de las prohibiciones del artículo 4 de la Ley estatal 39/2005, de 29 de diciembre, de Publicidad y Comunicación Institucional, de carácter básico, ni del 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. A su vez, los mensajes o la presentación de las campañas de publicidad institucional no podrán inducir a confusión con los símbolos, ideas, expresiones, diseños o imágenes empleados por cualquier formación política u organización social; e, igualmente, no se podrán difundir campañas que no se identifiquen claramente como tales y que no incluyan la mención expresa de la Administración o entidad promotora o contratante.





La comunicación institucional del 2019 viene marcada por las elecciones locales, estatales, autonómicas y europeas. Respecto a este punto se observa que el Plan ha tenido en cuenta los límites legales que para el periodo electoral fija el artículo 9 a la hora de establecer el periodo de ejecución de las campañas. De igual modo, el Plan ha previsto que la difusión de aquellas campañas que figuren en el mismo con periodo de ejecución anual se suspenda durante el periodo electoral.

También, y en cuanto al contenido, se observa que las propuestas del INFO y del ITREM figuran como una sola campaña sin desagregar. En el supuesto del ITREM, dicha carencia puede entenderse suplida a la vista del Plan que elabora dicho ente, y que la Asamblea Regional ha instado a ampliar en su resolución 41 como consecuencia del debate general sobre la actuación política del Consejo de Gobierno de los días 12 y 13 de junio de 2018. En cuanto al INFO, para próximos años se estima que deben especificarse las campañas.

A fin de garantizar el principio de transparencia, el Plan y sus modificaciones, si las hubiera, se han de publicar en el Portal de Transparencia de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia.

También se publicará en dicho Portal el informe anual de evaluación que se realice del Plan, de acuerdo a los artículos 12.6 y 13.3 LCPI. El informe ha de detallar todas las campañas institucionales desarrolladas, su importe, los criterios de adjudicación utilizados, los adjudicatarios de los contratos, los objetivos perseguidos por las campañas, los planes de medios, las partidas de gasto vinculadas a la ejecución de la actividad publicitaria (especificando expresamente el peso inversor por departamento) y los datos disponibles en relación con la efectividad de las campañas.

Asimismo, habida cuenta el carácter informador y planificador del Plan, este informe debiera reflejar también las variaciones que experimenten las campañas respecto a lo planificado.

El informe anual, que ha de ser elaborado por el Consejo de Publicidad y Comunicación Institucional durante el primer trimestre del 2020, ha de ser aprobado por Consejo de Gobierno y remitido posteriormente a la Comisión de Asuntos Generales e Institucionales y de la Unión Europea de la Asamblea Regional para su conocimiento.

Además de la elaboración del informe anual, la ley establece la obligación legal de informar trimestralmente a la citada Comisión acerca de aquellas modificaciones del Plan que impliquen incorporar campañas no previstas en éste. De acuerdo con la ley esas modificaciones deben de ser excepcionales.





El procedimiento a seguir para las modificaciones, implica que el órgano o entidad que la promueva lo comunique, con carácter previo, a la consejería competente en materia de comunicación, como departamento encargado de coordinar la ejecución del Plan. A su vez, dicha consejería ha de trasladar la propuesta al Consejo de Publicidad y Comunicación Institucional, quien deberá valorar si procede o no su inclusión en el Plan y en consonancia proponer su aprobación. Dado que la aprobación del Plan se efectúa por Acuerdo de Consejo de Gobierno la propuesta de modificación deberá someterse igualmente a dicho órgano.

Las propuestas de modificaciones aprobadas deberían quedar incluidas en el Plan como anexos.

QUINTA.- Competencia.

De acuerdo con el artículo 11 de la LCPI, que ha creado el Consejo de Publicidad y Comunicación Institucional de la Región de Murcia como órgano colegiado adscrito a la consejería competente en materia de comunicación institucional, al Consejo le corresponde, entre otras funciones, la elaboración de los planes anuales de comunicación y publicidad institucional de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia, que posteriormente han de ser aprobados por el Consejo de Gobierno.

El referido órgano, cuya composición también se regula en el artículo 11 de la Ley 13/2018, de 29 de noviembre, quedó constituido válidamente en su sesión de 11 de febrero de 2019.

El artículo 4 del Decreto del Presidente nº 2/2018, de 20 de abril, de reorganización de la Administración Regional, recientemente modificado por el Decreto del Presidente nº 2/2019, de 27 de febrero, que crea la Consejería de Transparencia y Participación y establece sus competencias, dispone que dicho departamento “...ejercerá las competencias de coordinación y asesoramiento en materia de comunicación institucional de la Administración General de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia. Igualmente, ejercerá las competencias en materia de publicidad institucional articulada mediante los contratos de publicidad, de difusión publicitaria, y de creación publicitaria de la Administración General de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia”.

Tal y como se desprende del artículo 4 del Decreto nº. 21/2019, de 28 de febrero, de órganos directivos de la referida consejería, la competencia en materia de publicidad y comunicación institucional se ejercerá por la Dirección General de Medios de Comunicación.





Así pues, vistos los preceptos citados corresponde al Consejero de Transparencia y Participación elevar la propuesta de aprobación del Plan a Consejo de Gobierno.

Por último, 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, atribuye al Consejo de Gobierno la competencia para aprobar los planes de carácter vinculante para todos los órganos de la Administración regional y de sus organismos públicos.

En consecuencia, de acuerdo con lo expuesto, procede informar favorablemente el Plan anual de comunicación y publicidad Institucional 2019.

LA JEFA DEL SERVICIO JURÍDICO Y DE RÉGIMEN INTERIOR

24/04/2019 11:17:20

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. Los firmantes y las fechas de firma se muestran en los recuadros. Su autenticidad puede ser contrastada accediendo a la siguiente dirección: <https://sede.carm.es/verificardocumentos> e introduciendo el código seguro de verificación (CSV) CARM-cf4d7ba1-6671-10b4-0e49-005056934e7





ACTA Nº 3 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: 15/04/2019.

Hora: 13:00 horas.

PRESIDENTE: Consejero de Transparencia y Participación: don Pedro Rivera Barrachina.

ASISTENTES: VOCALES:

Por la Consejería de Presidencia:

Vocal titular: Dña. María Pedro Reverte García

Por la Consejería de Hacienda:

Vocal titular: D. Luis Alfonso Martínez Atienza

Por la Consejería de Transparencia y Participación

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. Ma^a 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 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

No asiste ningún representante de la Consejería de Salud.

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

ORDEN DEL DÍA:

1. **Estudio, deliberación y propuesta de aprobación de la modificación del “Plan anual de publicidad y comunicación institucional 2019”** aprobado en la sesión de 18 de febrero de 2019.
2. **Ruegos y preguntas.**

Por el Presidente se declara abierta la sesión.

1. **Estudio, deliberación y propuesta de aprobación de la modificación del “Plan anual de publicidad y comunicación institucional 2019”** aprobado en la sesión de 18 de febrero de 2019.

Estando presentes todos los asistentes arriba identificados, el Presidente comienza la reunión explicando que el pasado 11 febrero fue aprobado por el Consejo de Publicidad y Comunicación Institucional el “Plan de Comunicación y Publicidad Institucional de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia 2019”.

Que con posterioridad, el 18 de febrero, a propuesta de la Comisión de Secretarios Generales - previa al Consejo de Gobierno del día 20 de enero- se acordó por unanimidad de los miembros de este Consejo de Publicidad y Comunicación Institucional incorporar en el Plan unos párrafos aclaratorios en cuanto a su contenido, de lo que se deja constancia en el acta nº 2 de este Consejo.

Asimismo continua exponiendo que antes de que el Plan fuese elevado a Consejo de Gobierno, se produce una reorganización de la Administración Regional (Decreto el Presidente nº 2/2019, de 27 de febrero, por el que se modifica el Decreto del Presidente nº 2/2018, de 20 de abril, de reorganización de la Administración Regional, BORM nº49, de 28 de febrero). En esta reorganización se crea la Consejería de Transparencia y Participación y se establecen sus competencias, atribuyéndoles nuevas competencias.

Por otro lado, el 5 de marzo el Gobierno de España acuerda convocar elecciones generales para el día 28 de abril.

Finalmente, concluyen señalando que en atención a las nuevas competencias que el decreto de reorganización ha atribuido a la Consejería de Transparencia y Participación,





así como al adelanto electoral, se hace necesario aprobar por este Consejo una nueva modificación del Plan 2019, con el objeto de:

1. Adecuarlo a las nuevas competencias que, en gestión de publicidad institucional, han sido atribuidas a la nueva Consejería de Transparencia y Participación por el Decreto de reorganización nº 2/2019, de 27 de febrero.
2. Adaptar el período de ejecución de las campañas institucionales como consecuencia de la convocatoria de las elecciones generales.
3. Incluir dos nuevas campañas, la C.1.7. “Fondos Estructurales: FEDER y FSE.” y la C. 9.3. “Elecciones a la Asamblea Regional”.
4. Disminuir el importe de las campañas C.7.1 “Eres vanguardia”: sobre innovación y sostenibilidad en el sector agrario regional y C.7.2 “40 años de agricultura sostenible y uso eficiente del agua en la Región de Murcia”, ya que no pueden tener una duración tan larga como la programada anteriormente.

Todos los miembros presentes muestran su conformidad a las propuestas de modificación incorporadas en el Plan 2019, y acuerdan por unanimidad proponer su aprobación al Consejo de Gobierno.

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

Vº Bº EL PRESIDENTE
Fdo.: Pedro Rivera Barrachina.

LA SECRETARIA
Fdo.: Ana María Fructuoso Sánchez







FRUCTUOSO SÁNCHEZ, ANA MARIA	22/04/2019 13:42:24	RIVERA BARRACHINA, PEDRO	22/04/2019 14:13:49
------------------------------	---------------------	--------------------------	---------------------

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. Los firmantes y las fechas de firma se muestran en los recuadros. Su autenticidad puede ser contrastada accediendo a la siguiente dirección: <https://sede.carm.es/verificardocumentos> e introduciendo el código seguro de verificación (CSV) CARM-2161b831-64f8-28cf-dac5-0050569b34e7

Edita:

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

Fecha de edición: marzo 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

22/04/2019 14:13:49

22/04/2019 13:42:24 RIVERA BARRACHINA, PEDRO

FRUCTUOSO SÁNCHEZ, ANA 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. Los firmantes y las fechas de firma se muestran en los recuadros. Su autenticidad puede ser contrastada accediendo a la siguiente dirección: <https://sede.carm.es/verificardocumentos> e introduciendo el código seguro de verificación (CSV) CARM-2161b831-64f8-28cf-dac5-0050569b34e7





FRUCTUOSO SANCHEZ, ANA MARIA	22/04/2019 13:42:24	RIVERA BARRACHINA, PEDRO	22/04/2019 14:13:49
------------------------------	---------------------	--------------------------	---------------------

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. Los firmantes y las fechas de firma se muestran en los recuadros. Su autenticidad puede ser contrastada accediendo a la siguiente dirección: <https://sede.carm.es/verificardocumentos> e introduciendo el código seguro de verificación (CSV) CARM-2161b831-64f8-28cf-dac5-0050569b34e7



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 y Participación, 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 Comunicación y Publicidad 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, 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.

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.

Pedro Rivera Barrachina

Consejero de Transparencia y Participación





FRUCTUOSO SANCHEZ, ANA MARIA

22/04/2019 13:42:24

RIVERA BARRACHINA, PEDRO

22/04/2019 14:13:49

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. Los firmantes y las fechas de firma se muestran en los recuadros. Su autenticidad puede ser contrastada accediendo a la siguiente dirección: <https://sede.carm.es/verificardocumentos> e introduciendo el código seguro de verificación (CSV) CARM-2161b831-64f8-28cf-dac5-0050569b34e7



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 de 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 el año 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 como el sector público regional pretenden desarrollar durante el año 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 Murcia¹, 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.

Este documento cumple una finalidad puramente informativa y planificadora de las campañas de publicidad institucional que la Administración Pública prevé realizar durante 2019, siendo los contratos de creatividad y difusión publicitaria los que concretan, con exactitud, los términos de ejecución de dichas 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 no previstas en aquel, si bien, con carácter excepcional y observando determinados trámites que implican la valoración de la nueva campaña de publicidad por el Consejo de Publicidad y Comunicación Institucional, a efectos de su inclusión en el Plan y de su posterior propuesta de aprobación por 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 del sector público regional.

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

¹ 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 presentes 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 el 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. 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 deben respetar una serie de parámetros legales para ser promovidas o contratadas

Las campañas de publicidad institucional han de desarrollarse cuando concurren razones de interés público y 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.

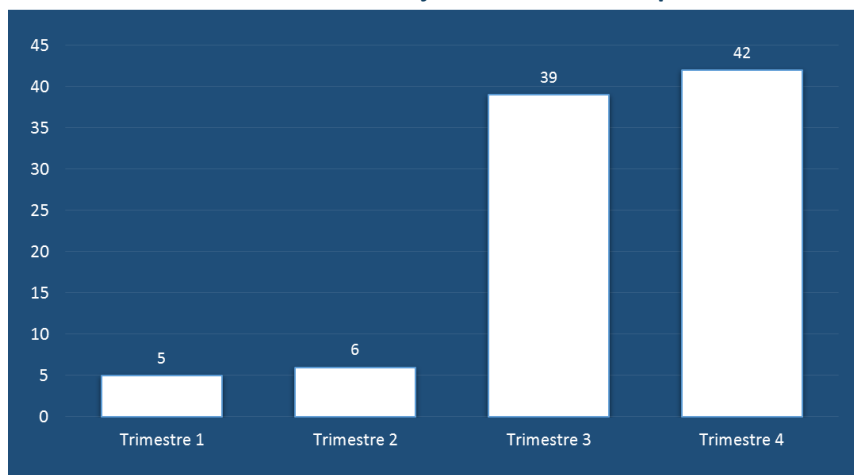
Se prohíben las campañas de publicidad institucional que destaquen los logros de gestión o los objetivos alcanzados por los promotores; que menoscaben, obstaculicen o perturben las políticas públicas; que incluyan mensajes discriminatorios, sexistas o contrarios a los principios, valores y derechos constitucionales, 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, estatales 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 los periodos electorales.

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

Los ejes del 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 cuenta en 2019 con el presupuesto más abultado del Plan. La promoción turística, que asume el Instituto de Turismo de la Región de Murcia, como ente público empresarial competente para la ordenación, planificación, programación, dirección y coordinación en materia de turismo, se incluye como una sola campaña sin desagregar.

El Plan sólo incluye campañas de publicidad institucional, ya que no todo el contenido de la comunicación institucional es planificable, pues difícilmente puede preverse. Un claro ejemplo de lo que es difícilmente planificable en comunicación institucional son los patrocinios, motivo por el que el Plan no incluye los patrocinios concretos a realizar. Ahora bien, dado que los mismos forman parte de la publicidad institucional, los que se realicen serán publicados en el Portal de Transparencia e incluidos en los distintos informes que se remitan a la Asamblea Regional en cumplimiento de la mentada Ley de Comunicación y Publicidad Institucional regional.

El Plan se estructura en diez ejes y 50 campañas de publicidad institucional.

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 y las medidas de accesibilidad que se pretenden utilizar.

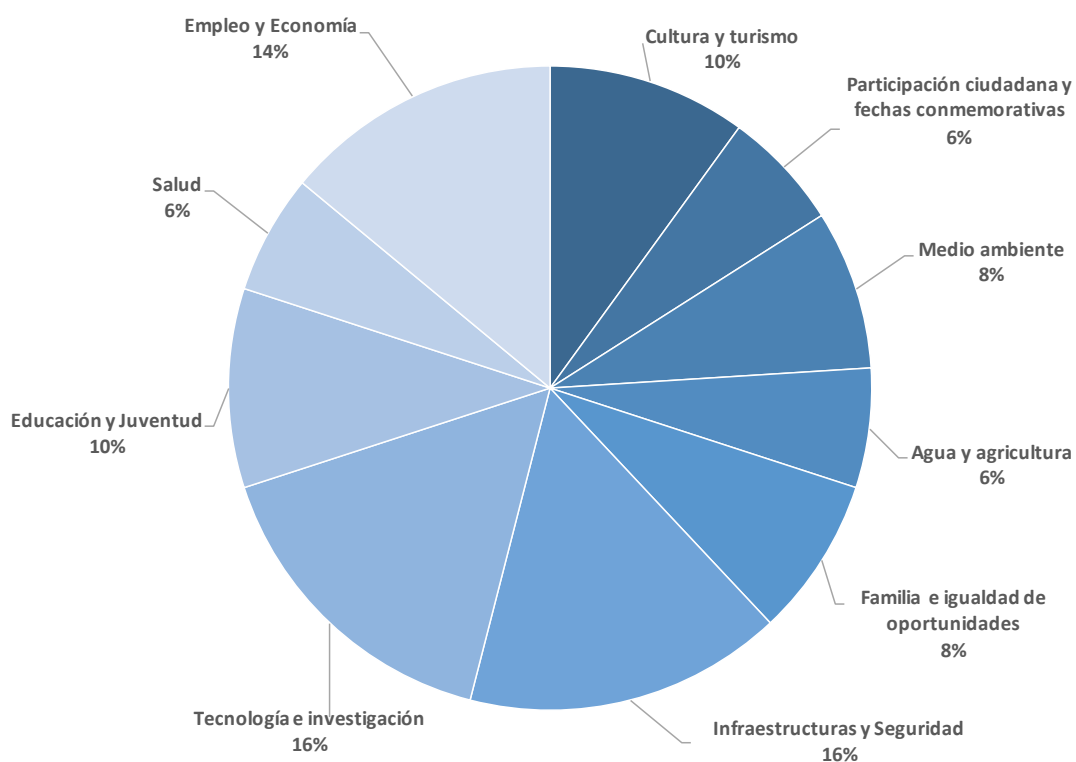
La promoción de los recursos turísticos de la Región de Murcia cuenta con la mayor parte del presupuesto destinado a publicidad institucional.



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, siguiendo la ordenación legal, se citan los objetivos de interés público y se especifican, dentro de cada uno de ellos, las campañas de publicidad institucional que cumplen con el mismo:

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.
- Fondos estructurales: Fondo europeo de desarrollo Regional y Fondos social europeo.
- 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.
- Elecciones a la Asamblea Regional.
- 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.
- Fondos estructurales: Fondo europeo de desarrollo Regional y Fondos social europeo.





- 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.
- Elecciones a la Asamblea Regional.
- 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.

- Elecciones a la Asamblea Regional.

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.	34	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.	35	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%
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.	2	2%
g) Difundir los procesos electorales.	1	1%
h) Difundir el contenido de aquellas disposiciones jurídicas que, por su novedad o repercusión social, aconsejan su conocimiento general.	3	2%
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	7%
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 durante el año 2019** son:

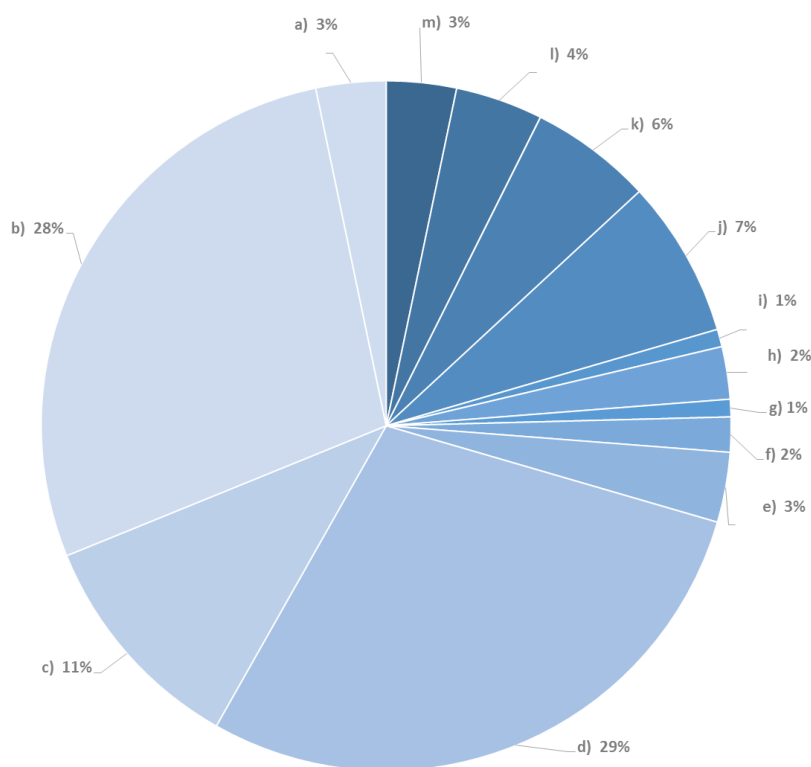
En primer lugar, informar a los ciudadanos de sus derechos y deberes, así como de los servicios, actividades y programas de los que se pueden beneficiar y hacer uso (apartados D y B del artículo 2).



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.



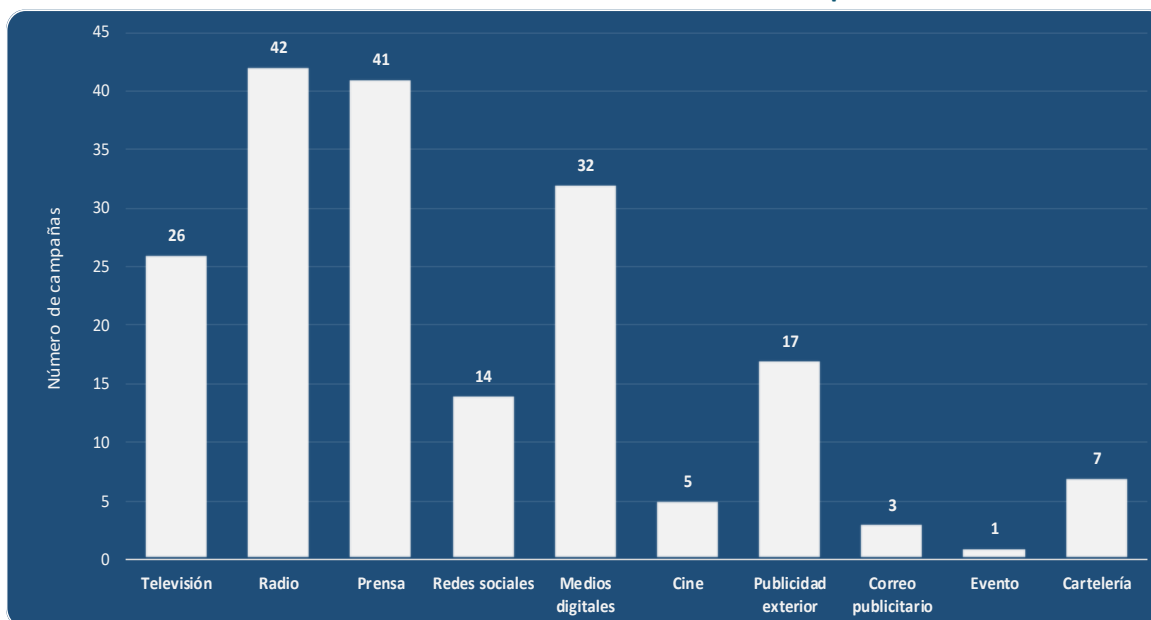
V. HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN

En 42 de las 50 campañas se propone incorporar como medio de difusión la radio, en 41 prensa, en 26 TV, en 32 medios digitales y en 14 redes sociales. Los soportes de exterior están incluidos en 17 campañas.

Para garantizar la accesibilidad de las personas con discapacidad, las empresas que ejecuten cada una de las campañas tendrán que, según los medios que vayan a usar, proponer medidas concretas al respecto, 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, las campañas que desarrolle el Instituto de Turismo de la Región de Murcia (ITREM), atendiendo a la finalidad de promocionar turísticamente la región que dicho ente busca, se enfocarán a un mercado más amplio, centrándose en el resto del territorio nacional, el europeo y el internacional.

Si atendemos al público objetivo de las campañas, el 57% 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:



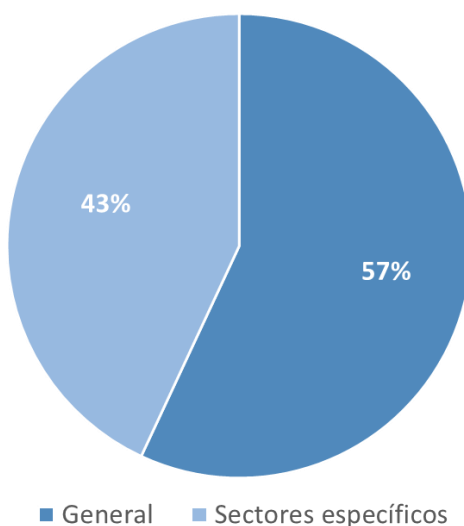


- La campaña C.1.1. Oferta de empleo público 2019, dirigida a personas de entre 18 a 65 años.
- La campaña C.1.3. Política activa de empleo, destinada a desempleados que sean jóvenes, mayores de 45 años, de larga duración o que opten por el autoempleo.
- La campaña C.1.2. Mujer empleo y formación, especialmente 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 a 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.
- La campaña C.9.3. Elecciones a la Asamblea Regional, dirigida a la ciudadanía con edad de votar.

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 3.072.130,00.- €, correspondiendo 1.016.480,00 00.-€ a la inversión de la Administración General y 2.055.650,00.-€ al resto del sector público regional.

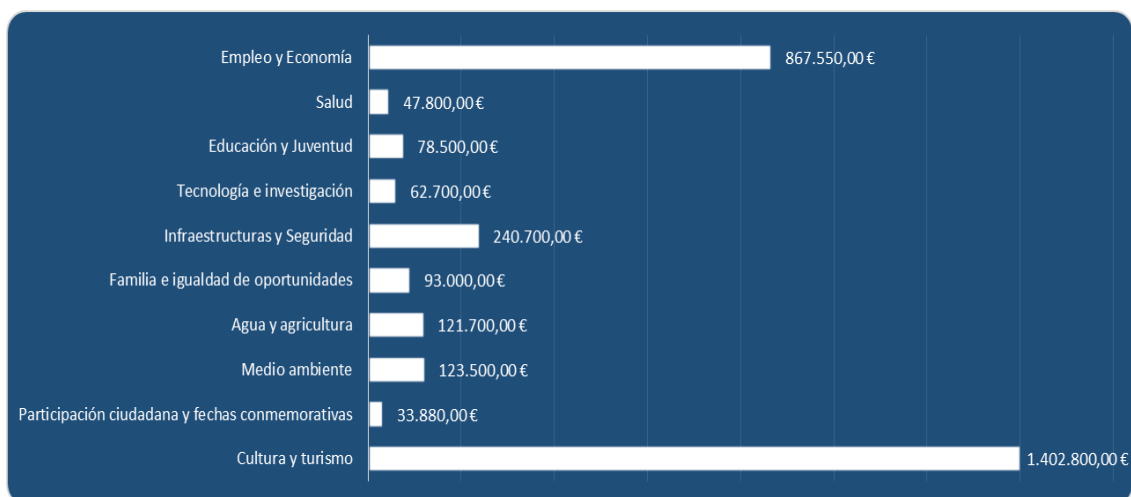
En cuanto al peso de la inversión por ejes destaca en primer lugar el Eje 10. Cultura y turismo con un presupuesto de 1.402.800.-€, atribuible básicamente al ITREM, y que representan el 46 % de la inversión; en segundo lugar, el Eje 1. Economía y empleo con un presupuesto de 867.550,00.-€, atribuible en más de la mitad al INFO, y representando el 28% de la inversión, y, en tercer lugar, el Eje 5. Infraestructuras y seguridad con un presupuesto de 240.700,00.-€, que representa un 8% de la inversión.



Tabla 2. Clasificación por ejes y por presupuesto²

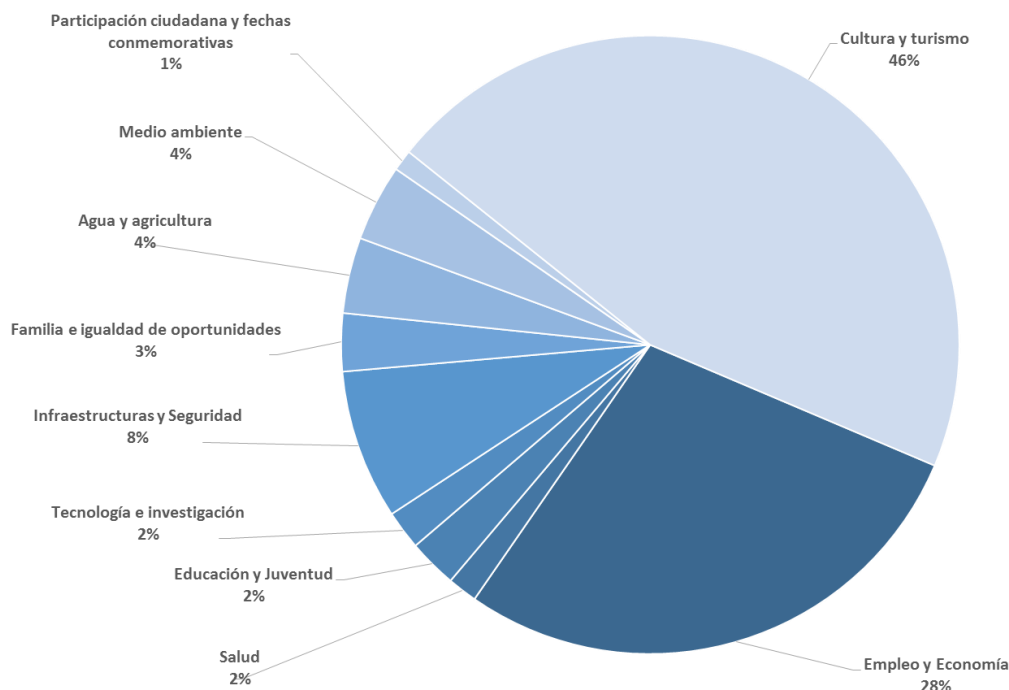
Eje	Campañas	Presupuesto	%
Empleo y Economía	7	867.550,00 €	28%
Salud	3	47.800,00 €	2%
Educación y Juventud	5	78.500,00 €	3%
Tecnología e investigación	8	62.700,00 €	2%
Infraestructuras y Seguridad	8	240.700,00 €	8%
Familia e igualdad de oportunidades	4	93.000,00 €	3%
Agua y agricultura	3	121.700,00 €	4%
Medio ambiente	4	123.500,00 €	4%
Participación ciudadana y fechas conmemorativas	3	33.880,00 €	1%
Cultura y turismo	5	1.402.800,00 €	46%
Total	50	3.072.130,00 €	100%

Gráfico 8. Presupuesto de campañas por Ejes



² 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 Hacienda, con tres campañas que ascienden a un presupuesto de 307.100,00.- €, y que representan el 30% 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 18% 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 15% 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 867.550,00.- €, de los que corresponde gestionar al INFO más de la mitad, en concreto, 490.000.-€.



Tabla 3. Clasificación por ámbito, proponente y presupuesto

Ámbito	Consejería / Ente	Campañas	Presupuesto	%
Administración General	Presidencia	5	67.380 €	7 %
	Hacienda	3	307.100 €	30 %
	Transparencia y Participación	2	32.500 €	3 %
	Agua, Agricultura, Ganadería y Pesca	2	86.700 €	9 %
	Fomento e Infraestructuras	5	187.700 €	18 %
	Empleo, Universidades, Empresa y Medio Ambiente	4	150.400 €	15 %
	Educación, Juventud y Deportes	4	57.500 €	6 %
	Salud	1	6.400 €	1 %
	Familia e Igualdad de Oportunidades	4	93.000 €	9 %
	Turismo y Cultura	3	27.800 €	3 %
	Total Administración General	33	1.016.480,00 €	100%
Sector público	Instituto Murciano de Investigación y Desarrollo Agrario y Alimentario (IMIDA)	1	35.000,00 €	2 %
	Fundación SENECA	2	38.700,00 €	2 %
	Instituto de Fomento de la Región de Murcia (INFO)	1	490.000,00 €	24 %
	Servicio Regional de Empleo y Formación (SEF)	1	38.000,00 €	2 %
	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 %
	Servicio Murciano de Salud (SMS)	1	26.400,00 €	1 %
	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 %
	Total Sector público	17	2.055.650,00 €	100 %
	Total General	50	3.072.130,00 €	

A continuación se detallan las 12 campañas, de las 50 propuestas, que son objeto de financiación con fondos europeos. Entre estas, debe señalarse que la campaña C.1.7. Fondos estructurales: Fondo europeo de desarrollo Regional y Fondos social europeo, que se encuadra dentro de los objetivos que persigue la Estrategia de comunicación de los programas operativos FEDER y FSE para el período 2014-2020, cuenta con un presupuesto de 847.000.-€, a distribuir entre las anualidades, 2019 a 2021, del siguiente modo: Año 2019: 265.000.-€, año 2020: 423.500.-€ y año 2021: 158.500.-€.

Tabla 4. Campañas financiadas con fondos europeos

Consejería/Ente	Código	Campaña	Presupuesto
Hacienda	1.7	Fondos estructurales: FEDER Y FSE	265.000,00 €
Hacienda	4.1	Administración electrónica	25.000,00 €
Fundación Integra	4.2	Foro CECARM	2.500,00 €
Fundación Integra	4.3	Red CTnet	2.500,00 €
Fundación Integra	4.4	Cursos FORMAC@RM	2.500,00 €
Fundación Integra	4.5	REPLAY	2.500,00 €
Fundación Integra	4.6	SICARM	7.500,00 €
Fundación Integra	4.7	Patrimonio digital	2.500,00 €
Instituto Murciano de Investigación y Desarrollo Agrario y Alimentario (IMIDA)	7.3	Promoción de nuevos productos sostenibles e innovadores	35.000,00 €
Empleo, Universidades, Empresa y Medio Ambiente	8.2	Fomento del ahorro y la eficiencia energética	40.000,00 €
Empleo, Universidades, Empresa y Medio Ambiente	8.3	Fomento de la producción y del autoconsumo de energía eléctrica de origen fotovoltaico.	40.000,00 €
Fomento e Infraestructuras	8.4	La Manga 365	13.000,00 €

Tabla 5. Financiación con fondos europeos por ámbitos

Ámbito	Consejería / Ente	Campañas	Presupuesto
Administración General	Hacienda	2	307.100,00 €
	Fomento e Infraestructuras	1	13.000,00 €
	Empleo, Universidades, Empresa y Medio Ambiente	2	80.000,00 €
	Total Administración General	5	400.100,00 €
Sector público	Fundación Integra	6	20.000,00 €
	Instituto Murciano de Investigación y Desarrollo Agrario y Alimentario (IMIDA)	1	35.000,00 €
	Total sector público	7	55.000,00 €
	Total General	12	455.100,00 €





La Consejería de Transparencia y Participación Ciudadana, a través de la Dirección General de Medios de Comunicación, gestiona todo el presupuesto destinado a las campañas de publicidad institucional de la Administración General de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia.

El presupuesto destinado a las campañas de la Administración General se divide entre el destinado a la contratación de la creatividad publicitaria de las campañas y el dirigido a su posterior difusión. La Consejería de Transparencia y Participación, como consejería que ejerce las competencias en materia de publicidad institucional, será el departamento competente para proceder a dichas contrataciones. En concreto, la difusión de las campañas de la Administración General se articulará mediante 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, salvo las campañas financiadas con fondos europeos que al no encontrarse incluidas en el citado acuerdo serán objeto de licitación aparte.

En total, el citado departamento gestionará en el año 2019 un presupuesto en publicidad institucional de 1.016.480,00.-€, del cual destinará a creatividad un total de 144.500,00.- €, teniendo en cuenta que varias de las campañas ya cuenta con la creatividad, y a difusión 871.980,00.- €.

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. Igualmente, este informe incluirá toda la información relativa a los contratos de patrocinio gestionados por cada una de las Consejerías.

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.

El principal objetivo de 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 50 campañas³ de publicidad institucional, con un presupuesto de 3.072.130,00.-€, correspondiendo 1.016.480,00 00.-€ 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 7 campañas.

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 46 % de la inversión;

³ 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.





2º El Eje 1. Economía y empleo con un presupuesto de 867.550,00.-€, atribuible en más de la mitad de la inversión al INFO, y que representa el 28% de la inversión

3º 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 Hacienda, con un presupuesto de 307.100,00.- €, que representa el 30% 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 18% de la inversión.

3º La Consejería de Empleo, Universidades, Empresa y Medio Ambiente con un presupuesto de 150.400,00 €, que representa el 15% 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 46 de las 50 campañas, seguidos de la radio y prensa que se proponen para 42 y 41 de las campañas, respectivamente. En cuanto al público objetivo de las campañas, en un 57% se centran en público general, mientras que un 43% se orientan a sectores específicos.

El Plan se ha estructurado en 10 ejes por materias, que a su vez se integran por las 50 campañas institucionales que a continuación se detallan en las fichas del siguiente Anexo.





FRUCTUOSO SANCHEZ, ANA MARIA

22/04/2019 13:42:24

RIVERA BARRACHINA, PEDRO

22/04/2019 14:13:49

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. Los firmantes y las fechas de firma se muestran en los recuadros. Su autenticidad puede ser contrastada accediendo a la siguiente dirección: <https://sede.carm.es/verificardocumentos> e introduciendo el código seguro de verificación (CSV) CARM-2161b831-64f8-28cf-dac5-0050569b34e7



FRUCTUOSO SANCHEZ, ANA MARIA

22/04/2019 13:42:24

RIVERA BARRACHINA, PEDRO

22/04/2019 14:13:49

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. Los firmantes y las fechas de firma se muestran en los recuadros. Su autenticidad puede ser contrastada accediendo a la siguiente dirección: <https://sede.carm.es/verificardocumentos> e introduciendo el código seguro de verificación (CSV) CARM-2161b831-64f8-28cf-dac5-0050569b34e7

ANEXO



FRUCTUOSO SANCHEZ, ANA MARIA

22/04/2019 13:42:24

RIVERA BARRACHINA, PEDRO

22/04/2019 14:13:49

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. Los firmantes y las fechas de firma se muestran en los recuadros. Su autenticidad puede ser contrastada accediendo a la siguiente dirección: <https://sede.carm.es/verificardocumentos> e introduciendo el código seguro de verificación (CSV) CARM-2161b831-64f8-28cf-dac5-0050569b34e7

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).
- 1.7. Fondos estructurales: Fondo europeo de desarrollo regional y Fondo social europeo (C. Hacienda).

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 (C. Familia e igualdad)
- 6.2. Campaña contra la violencia de género (C. Familia e igualdad)
- 6.3. Recursos para nuestros mayores (C. Familia e igualdad)
- 6.4. Apoyo a la Familia (C. Familia e igualdad)

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)
- 9.3. Elecciones a la Asamblea Regional (C. Hacienda)

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)

22/04/2019 14:13:49

22/04/2019 13:42:24 RIVERA BARRACHINA, PEDRO

FRUCTUOSO SANCHEZ, ANA 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. Los firmantes y las fechas de firma se muestran en los recuadros. Su autenticidad puede ser contrastada accediendo a la siguiente dirección: <https://sede.carm.es/verificardocumentos> e introduciendo el código seguro de verificación (CSV) CARM-2161b831-64f8-28cf-dm5-0050569b34e7





FRUCTUOSO SANCHEZ, ANA MARIA

22/04/2019 13:42:24

RIVERA BARRACHINA, PEDRO

22/04/2019 14:13:49

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. Los firmantes y las fechas de firma se muestran en los recuadros. Su autenticidad puede ser contrastada accediendo a la siguiente dirección: <https://sede.carm.es/verificardocumentos> e introduciendo el código seguro de verificación (CSV) CARM-2161b831-64f8-28cf-dac5-0050569b34e7



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	
Objetivo y finalidad: Informar a los ciudadanos de los procesos selectivos que convoca la administración, así como sobre la oferta de empleo público para el 2019.			
Coste estimado	Creatividad:	Difusión:	TOTAL:
	2.100,00 €	15.000,00 €	17.100,00 €
Período de ejecución:	Primer trimestre (Enero y febrero)		
Soporte/s:	Prensa digital y exterior.		
Zona de influencia:	Región de Murcia		
Población objetivo:	Personas de 18 a 65 años		
Medidas de accesibilidad: 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		
Objetivo y finalidad: 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.				
Coste estimado	Creatividad:	Difusión:	TOTAL:	
	12.000,00 €	26.000,00 €	38.000,00 €	
Período de ejecución:	Tercer y cuarto trimestre			
Soporte/s:	Radio, prensa, internet, exterior y cine			
Zona de influencia:	Región de Murcia			
Población objetivo:	Mujeres			
Medidas de accesibilidad: 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

Objetivo y finalidad:

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.

Coste estimado	Creatividad:	Difusión:	TOTAL:
	4.900,00 €	35.000,00 €	39.900,00 €

Período de ejecución: Tercer y cuarto trimestre

Soporte/s: Prensa digital, radio, televisión y exterior.

Zona de influencia: Región de Murcia

Población objetivo: Desempleados que sean jóvenes, mayores de 45 años, de larga duración o que opten por el autoempleo

Medidas de accesibilidad:

Subtitulación, audiodescripción...

1. EMPLEO Y ECONOMÍA

CONSEJERÍA DE EMPLEO, UNIVERSIDADES, EMPRESA Y MEDIO AMBIENTE

INFO

CAMPAÑA Nº 1.4

PROMOCIÓN ACTIVIDADES INFO

Objetivo y finalidad:

Dar a conocer los servicios, proyectos y programas, así como las convocatorias de subvenciones del Instituto de Fomento.

Coste estimado	Creatividad:	Difusión:	TOTAL:
	90.000,00 €	400.000,00 €	490.000,00 €

Período de ejecución: Tercer y cuarto trimestre

Soporte/s: Eventos, jornadas, talleres, publicidad on y off line, vídeos...

Zona de influencia: Región de Murcia

Población objetivo: Empresarios y emprendedores de la Región de Murcia

Medidas de accesibilidad:

Subtitulación, audiodescripción...





1. EMPLEO Y ECONOMÍA

CONSEJERÍA DE HACIENDA

AGENCIA TRIBUTARIA DE LA REGIÓN DE MURCIA

CAMPAÑA Nº 1.5	DIFUSIÓN DE LOS PERIODOS VOLUNTARIOS DE PAGO DE TRIBUTOS LOCALES		
Objetivo y finalidad: 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.			
Coste estimado	Creatividad:	Difusión:	TOTAL:
	0,00 €	11.700,00 €	11.700,00 €
Período de ejecución:	Tercer y cuarto trimestre		
Soporte/s:	Radio, prensa, internet y exterior		
Zona de influencia:	Región de Murcia		
Población objetivo:	General		
Medidas de accesibilidad: No se prevén			

1. EMPLEO Y ECONOMÍA

CONSEJERÍA DE HACIENDA

AGENCIA TRIBUTARIA DE LA REGIÓN DE MURCIA

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





1. EMPLEO Y ECONOMÍA

CONSEJERÍA DE HACIENDA

DIRECCIÓN GENERAL DE PRESUPUESTOS Y FONDOS EUROPEOS

CAMPAÑA Nº 1.7		FONDOS ESTRUCTURALES: FEDER Y FSE	
Objetivo y finalidad: Dar visibilidad a los Programas Operativos y a la Política Europea en general, resaltando el papel que juega la Unión Europea en la cofinanciación de las actuaciones recogidas en los Programas Operativos FEDER y FSE de Murcia, 2014-2020.			
Coste estimado	Creatividad:	Difusión:	TOTAL:
	265.000,00 €		
Período de ejecución:		Tercer y cuarto trimestre	
Soporte/s:		Radio, TV y prensa.	
Zona de influencia:		Región de Murcia	
Población objetivo:		General	
Medidas de accesibilidad: Subtitulación, audio descripción			

2. SALUD

CONSEJERÍA DE SALUD

DIRECCIÓN GENERAL DE SALUD PÚBLICA Y ADICCIONES

CAMPAÑA Nº 2.1		VACUNACIÓN CONTRA LA GRIPE	
Objetivo y finalidad: 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...)			
Coste estimado	Creatividad:	Difusión:	TOTAL:
	1.400,00 €	5.000,00 €	6.400,00 €
Período de ejecución:	Tercer y cuatrtrimestre		
Soporte/s:	Radio, RRSS y TV		
Zona de influencia:	Región de Murcia		
Población objetivo:	Mayores, embarazadas, personal sanitario, etc...		
Medidas de accesibilidad: Subtitulación			





22/04/2019 14:13:49

22/04/2019 13:42:24 RIVERA BARRACHINA, PEDRO

FRUCTUOSO SANCHEZ, ANA 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. Los firmantes y las fechas de firma se muestran en los recuadros. Su autenticidad puede ser contrastada accediendo a la siguiente dirección: <https://sede.carm.es/verificardocumentos> e introduciendo el código seguro de verificación (CSV) CARM-2161b831-44f8-28cf-dmcs-0050569b34e7



2. SALUD

CONSEJERÍA DE SALUD

SERVICIO MURCIANO DE SALUD

CAMPAÑA Nº 2.2		PORTAL DEL PACIENTE		
Objetivo y finalidad:				
Fomentar el uso del Portal del Paciente entre los usuarios del SMS.				
Coste estimado	Creatividad:		Difusión:	TOTAL:
	1.400,00 €		25.000,00 €	26.400,00 €
Período de ejecución:		Tercer y cuarto trimestre		
Soporte/s:		Radios, televisiones locales y RRSS		
Zona de influencia:		Región de Murcia		
Población objetivo:		Todos los usuarios del Servicio Murciano de Salud.		
Medidas de accesibilidad:				
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	
Objetivo y finalidad:			
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.			
Coste estimado	Creatividad:	Difusión:	TOTAL:
	1.500,00 €	13.500,00 €	15.000,00 €
Período de ejecución:	Tercer y cuarto trimestre		
Soporte/s:	Prensa, internet, cartelería y merchandising		
Zona de influencia:	Región de Murcia		
Población objetivo:	General		
Medidas de accesibilidad:			
Subtitulación			



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	
Objetivo y finalidad: 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.			
Coste estimado	Creatividad:	Difusión:	TOTAL:
	0,00 €	12.000,00 €	12.000,00 €
Período de ejecución:	Tercer y cuarto trimestre		
Soporte/s:	Radio, prensa e internet		
Zona de influencia:	Región de Murcia		
Población objetivo:	General. Familias		
Medidas de accesibilidad: 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	
Objetivo y finalidad: Campaña para dignificar la figura del docente en la Región de Murcia. Agradecer su labor.			
Coste estimado	Creatividad:	Difusión:	TOTAL:
	0,00 €	12.000,00 €	12.000,00 €
Período de ejecución:	Tercer y cuarto trimestre		
Soporte/s:	Radio, prensa, internet, exterior y cine		
Zona de influencia:	Región de Murcia		
Población objetivo:	General. Docentes		
Medidas de accesibilidad: 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		
Objetivo y finalidad:			
Fomentar el estudio de idiomas y divulgar la oferta idiomática de los centros escolares.			
Coste estimado	Creatividad:	Difusión:	TOTAL:
	0,00 €	12.000,00 €	12.000,00 €
Período de ejecución:	Tercer y cuarto trimestre		
Soporte/s:	Radio, prensa e internet		
Zona de influencia:	Región de Murcia		
Población objetivo:	General. Familias		
Medidas de accesibilidad:			

3. EDUCACIÓN Y JUVENTUD

CONSEJERÍA DE EDUCACIÓN, JUVENTUD Y DEPORTES

DIRECCIÓN GENERAL DE JUVENTUD

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

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

4. TECNOLOGÍA E INVESTIGACIÓN

CONSEJERÍA DE HACIENDA

DIRECCIÓN GENERAL DE INFORMÁTICA, PATRIMONIO Y TELECOMUNICACIONES

CAMPAÑA Nº 4.1	ADMINISTRACIÓN ELECTRÓNICA		
Objetivo y finalidad: Dar a conocer a los ciudadanos los nuevos servicios basados en las tecnologías para relacionarse con la Administración.			
Coste estimado	Creatividad:	Difusión:	TOTAL:
	7.000,00 €	18.000,00 €	25.000,00 €
Período de ejecución:	Tercer y cuarto trimestre		
Soporte/s:	Radio, prensa e internet		
Zona de influencia:	Región de Murcia		
Población objetivo:	General		
Medidas de accesibilidad: 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 INTEGRA

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

4. TECNOLOGÍA E INVESTIGACIÓN

CONSEJERÍA DE HACIENDA

FUNDACIÓN INTEGRA

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





4. TECNOLOGÍA E INVESTIGACIÓN

CONSEJERÍA DE HACIENDA

FUNDACIÓN INTEGRA

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

4. TECNOLOGÍA E INVESTIGACIÓN

CONSEJERÍA DE HACIENDA

FUNDACIÓN INTEGRA

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





4. TECNOLOGÍA E INVESTIGACIÓN

CONSEJERÍA DE HACIENDA

FUNDACIÓN INTEGRA

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

4. TECNOLOGÍA E INVESTIGACIÓN

CONSEJERÍA DE HACIENDA

FUNDACIÓN INTEGRA

CAMPAÑA Nº 4.7		PATRIMONIO DIGITAL	
Objetivo y finalidad: Dar a conocer los contenidos digitales y documentales que gestiona y produce la Fundación Integra relacionados con el patrimonio regional, así como la web y el canal específico de youtube en el que están publicados.			
Coste estimado	Creatividad:	Difusión:	TOTAL:
	200,00 €	2.300,00 €	2.500,00 €
Período de ejecución:	Tercer trimestre		
Soporte/s:	Banners digitales y medios regionales		
Zona de influencia:	Región de Murcia		
Población objetivo:	General		
Medidas de accesibilidad: 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.		
Objetivo y finalidad: Difundir las actividades de la "Semana de la Ciencia y la Tecnología", y resaltar los elementos más novedosos aportados por los participantes.			
Coste estimado	Creatividad:	Difusión:	TOTAL:
	4.000,00 €	13.700,00 €	17.700,00 €
Período de ejecución:	Cuarto trimestre (octubre – noviembre)		
Soporte/s:	Prensa y folletos.		
Zona de influencia:	Región de Murcia		
Población objetivo:	General		
Medidas de accesibilidad: Audiodescripción.			

5. INFRAESTRUCTURAS Y SEGURIDAD

CONSEJERÍA DE FOMENTO E INFRAESTRUCTURAS

DIRECCIÓN GENERAL DE TRANSPORTES, COSTAS Y PUERTOS

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





5. INFRAESTRUCTURAS Y SEGURIDAD

CONSEJERÍA DE PRESIDENCIA

DIRECCIÓN GENERAL DE ADMINISTRACIÓN LOCAL

CAMPAÑA Nº 5.2	PLAN DE COOPERACIÓN DE OBRAS Y SERVICIOS		
Objetivo y finalidad:			
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.			
Coste estimado	Creatividad:	Difusión:	TOTAL:
	3.500,00 €	15.000,00 €	18.500,00 €
Período de ejecución:	Tercer y cuarto trimestre		
Soporte/s:	TV, radio, prensa e internet.		
Zona de influencia:	Región de Murcia		
Población objetivo:	General		
Medidas de accesibilidad:			
Subtitulación			

5. INFRAESTRUCTURAS Y SEGURIDAD

CONSEJERÍA DE PRESIDENCIA

DIRECCIÓN GENERAL DE ADMINISTRACIÓN LOCAL

CAMPAÑA Nº 5.3		PLAN DE PEDANÍAS, DIPUTACIONES, BARRIOS PERIFÉRICOS Y/O DEPRIMIDOS	
Objetivo y finalidad:			
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			
Coste estimado	Creatividad:	Difusión:	TOTAL:
	3.500,00 €	15.000,00 €	18.500,00 €
Período de ejecución:	Tercer y cuarto trimestre		
Soporte/s:	TV, radio, prensa e Internet		
Zona de influencia:	Región de Murcia		
Población objetivo:	General		
Medidas de accesibilidad:			
Subtitulación			





5. INFRAESTRUCTURAS Y SEGURIDAD

CONSEJERÍA DE FOMENTO E INFRAESTRUCTURAS

DIRECCIÓN GENERAL DE ORDENACIÓN DEL TERRITORIO, ARQUITECTURA Y VIVIENDA

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

5. INFRAESTRUCTURAS Y SEGURIDAD

CONSEJERÍA DE FOMENTO E INFRAESTRUCTURAS

DIRECCIÓN GENERAL DE TRANSPORTES, COSTAS Y PUERTOS

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





5. INFRAESTRUCTURAS Y SEGURIDAD

CONSEJERÍA DE FOMENTO E INFRAESTRUCTURAS

DIRECCIÓN GENERAL DE ORDENACIÓN DEL TERRITORIO, ARQUITECTURA Y VIVIENDA

CAMPAÑA Nº 5.6		AYUDAS DEL PLAN DE VIVIENDA 2018-2021	
Objetivo y finalidad: 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.			
Coste estimado	Creatividad:	Difusión:	TOTAL:
	3.500,00 €	30.000,00 €	33.500,00 €
Período de ejecución:		Tercer y cuarto trimestre	
Soporte/s:		TV, radio, prensa, internet, redes sociales y marketing postal	
Zona de influencia:		Región de Murcia	
Población objetivo:		General: familias numerosas, personas mayores de 65 años, personas con discapacidad, jóvenes, propietarios de viviendas, inquilinos de viviendas, constructores y promotores.	
Medidas de accesibilidad: Subtitulación, audiodescripción...			

5. INFRAESTRUCTURAS Y SEGURIDAD

CONSEJERÍA DE PRESIDENCIA

DIRECCIÓN GENERAL DE SEGURIDAD CIUDADANA Y EMERGENCIAS

CAMPAÑA Nº 5.7		PLAN COPLA 2019	
Objetivo y finalidad: 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.			
Coste estimado	Creatividad:	Difusión:	TOTAL:
	3.500,00 €	11.000,00 €	14.500,00 €
Período de ejecución:	Segundo, tercer y cuarto trimestre		
Soporte/s:	TV, radio, prensa, internet y medios externos		
Zona de influencia:	Región de Murcia		
Población objetivo:	General		
Medidas de accesibilidad: Subtitulación.			





5. INFRAESTRUCTURAS Y SEGURIDAD

CONSEJERÍA DE PRESIDENCIA

DIRECCIÓN GENERAL DE SEGURIDAD CIUDADANA Y EMERGENCIAS

CAMPAÑA Nº 5.8	PLAN INFOMUR 2019		
Objetivo y finalidad: 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.			
Coste estimado	Creatividad:	Difusión:	TOTAL:
	3.500,00 €	11.000,00 €	14.500,00 €
Período de ejecución:	Segundo, tercer y cuarto trimestre		
Soporte/s:	TV, radio, prensa, internet y medios exteriores.		
Zona de influencia:	Región de Murcia		
Población objetivo:	General		
Medidas de accesibilidad: Subtitulación			

6. FAMILIA E IGUALDAD DE OPORTUNIDADES

CONSEJERÍA DE FAMILIA E IGUALDAD DE OPORTUNIDADES y EMPRESA

DIRECCIÓN GENERAL DE MUJER E IGUALDAD DE OPORTUNIDADES

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





6. FAMILIA E IGUALDAD DE OPORTUNIDADES

CONSEJERÍA DE FAMILIA E IGUALDAD DE OPORTUNIDADES

DIRECCIÓN GENERAL DE MUJER E IGUALDAD DE OPORTUNIDADES

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

6. FAMILIA E IGUALDAD DE OPORTUNIDADES

CONSEJERÍA DE FAMILIA E IGUALDAD DE OPORTUNIDADES

DIRECCIÓN GENERAL DE FAMILIA Y POLÍTICAS SOCIALES

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





6. FAMILIA E IGUALDAD DE OPORTUNIDADES

CONSEJERÍA DE FAMILIA E IGUALDAD DE OPORTUNIDADES

DIRECCIÓN GENERAL DE FAMILIA E IGUALDAD DE OPORTUNIDADES

CAMPAÑA Nº 6.4		APOYO A LA FAMILIA	
Objetivo y finalidad: 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.			
Coste estimado	Creatividad:	Difusión:	TOTAL:
	1.400,00 €	14.000,00 €	15.400,00 €
Período de ejecución:	Tercer y cuarto trimestre		
Soporte/s:	Diarios digitales, redes sociales, prensa y radio		
Zona de influencia:	Región de Murcia		
Población objetivo:	Sociedad en general, con especial énfasis en las familias		
Medidas de accesibilidad:			

7. AGUA Y AGRICULTURA

CONSEJERÍA DE AGUA, AGRICULTURA, GANADERÍA Y PESCA

DIRECCIÓN GENERAL DE INNOVACIÓN, PRODUCCIONES Y MERCADOS AGROALIMENTARIOS

CAMPAÑA Nº 7.1	"ERES VANGUARDIA" sobre innovación y sostenibilidad en el sector agrario regional.		
Objetivo y finalidad: 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.			
Coste estimado	Creatividad:	Difusión:	TOTAL:
	12.600,00 €	20.000,00 €	32.600,00 €
Período de ejecución:	Tercer y cuarto trimestre		
Soporte/s:	Prensa impresa y digital, radio, televisión y publicidad exterior.		
Zona de influencia:	Región de Murcia		
Población objetivo:	Población de 30 a 70 años de edad		
Medidas de accesibilidad: Subtitulación			





7. AGUA Y AGRICULTURA

CONSEJERÍA DE AGUA, AGRICULTURA, GANADERÍA Y PESCA

DIRECCIÓN GENERAL DEL AGUA

CAMPAÑA Nº 7.2	40 AÑOS DE AGRICULTURA SOSTENIBLE Y USO EFCIENTE DEL AGUA EN LA REGIÓN DE MURCIA.		
Objetivo y finalidad: 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.			
Coste estimado	Creatividad:	Difusión:	TOTAL:
	9.100,00 €	45.000,00 €	54.100,00 €
Período de ejecución:	Tercer y cuarto trimestre		
Soporte/s:	Radio, prensa, TV, diarios digitales, exterior, cines y redes sociales.		
Zona de influencia:	Región de Murcia		
Población objetivo:	General		
Medidas de accesibilidad: Subtitulación			

7. AGUA Y AGRICULTURA

CONSEJERÍA DE AGUA, AGRICULTURA, GANADERÍA Y PESCA

INSTITUTO MURCIANO DE INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO AGRARIO Y ALIMENTARIO

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





8. MEDIO AMBIENTE

CONSEJERÍA DE EMPLEO, UNIVERSIDADES, EMPRESA Y MEDIO AMBIENTE

DIRECCIÓN GENERAL DE MEDIO AMBIENTE Y MAR MENOR

CAMPAÑA Nº 8.1		CANAL MAR MENOR	
Objetivo y finalidad: 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.			
Coste estimado	Creatividad:	Difusión:	TOTAL:
	10.500,00 €	20.000,00 €	30.500,00 €
Período de ejecución:	Tercer y cuarto trimestre		
Soporte/s:	Prensa digital y radios.		
Zona de influencia:	Región de Murcia		
Población objetivo:	General		
Medidas de accesibilidad:			

8. MEDIO AMBIENTE

CONSEJERÍA DE EMPLEO, UNIVERSIDADES, EMPRESA Y MEDIO AMBIENTE

DIRECCIÓN GENERAL DE ENERGÍA Y ACTIVIDAD INDUSTRIAL Y MINERA

CAMPAÑA Nº 8.2		FOMENTO DEL AHORRO Y LA EFICIENCIA ENERGÉTICA	
Objetivo y finalidad: Informar y difundir de buenas prácticas de ahorro y la eficiencia energética.			
Coste estimado	Creatividad:	Difusión:	TOTAL:
	0,00 €	40.000,00 €	40.000,00 €
Período de ejecución:		Tercer y cuarto trimestre	
Soporte/s:		Prensa, radio, carteles, folletos, banners, mupis, redes sociales y landing page.	
Zona de influencia:		Región de Murcia	
Población objetivo:		Empresas de la Región de Murcia	
Medidas de accesibilidad: Audiodescripción			





8. MEDIO AMBIENTE

CONSEJERÍA DE EMPLEO, UNIVERSIDADES, EMPRESA Y MEDIO AMBIENTE

DIRECCIÓN GENERAL DE ENERGÍA Y ACTIVIDAD INDUSTRIAL Y MINERA

CAMPAÑA Nº 8.3	FOMENTO DE LA PRODUCCIÓN Y DEL AUTOCONSUMO DE ENERGÍAS RENOVABLE.		
Objetivo y finalidad:			
Informar, concienciar y difundir las ventajas de la producción y el uso de energías renovables.			
Coste estimado	Creatividad:	Difusión:	TOTAL:
	0,00 €	40.000,00 €	40.000,00 €
Período de ejecución:	Tercer y cuarto trimestre		
Soporte/s:	Prensa, radio, carteles, folletos, banners, mupis, redes sociales y landing page.		
Zona de influencia:	Región de Murcia		
Población objetivo:	Empresas de la Región de Murcia.		
Medidas de accesibilidad:			
Audiodescripción			

8. MEDIO AMBIENTE

CONSEJERÍA DE FOMENTO E INFRAESTRUCTURAS

DIRECCIÓN GENERAL DE TRANSPORTES, COSTAS Y PUERTOS

CAMPAÑA Nº 8.4	LA MANGA 365		
Objetivo y finalidad: 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.			
Coste estimado	Creatividad:	Difusión:	TOTAL:
	3.000,00 €	10.000,00 €	13.000,00 €
Período de ejecución:	Tercer y cuarto trimestre		
Soporte/s:	Radio, internet, redes sociales y publicidad exterior		
Zona de influencia:	Región de Murcia, especialmente en La Manga		
Población objetivo:	General, especialmente, vecinos, sector empresarial, colectivos implicados y turistas de La Manga		
Medidas de accesibilidad: Subtitulación y audiodescripción			





9. PARTICIPACIÓN CIUDADANA Y FECHAS CONMEMORATIVAS

CONSEJERÍA DE TRANSPARENCIA, PARTICIPACIÓN Y PORTAVOZ

OFICINA DE LA TRANSPARENCIA Y LA PARTICIPACIÓN CIUDADANA

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

9. PARTICIPACIÓN CIUDADANA Y FECHAS CONMEMORATIVAS

CONSEJERÍA DE TRANSPARENCIA, PARTICIPACIÓN Y PORTAVOZ

SECRETARÍA GENERAL

CAMPAÑA Nº 9.2		DÍA DE LA REGIÓN	
Objetivo y finalidad: 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.			
Coste estimado	Creatividad:	Difusión:	TOTAL:
	2.100,00 €	14.000,00 €	16.100,00 €
Período de ejecución:	9 primeros días de junio		
Soporte/s:	Radio, prensa, TV y redes sociales		
Zona de influencia:	Región de Murcia		
Población objetivo:	General		
Medidas de accesibilidad: Subtitulación y audiodescripción			





9. PARTICIPACIÓN CIUDADANA Y FECHAS CONMEMORATIVAS

CONSEJERÍA DE PRESIDENCIA

SECRETARÍA GENERAL

CAMPAÑA Nº 9.3		ELECCIONES A LA ASAMBLEA REGIONAL	
Objetivo y finalidad: Difusión de los procemientos de votación (voto por correo, voto asistido, voto de residentes en el extranjero) a la asamblea regional.			
Coste estimado	Creatividad:	Difusión:	TOTAL:
	0,00 €	1.380,00 €	1.380,00 €
Período de ejecución:		Segundo trimestre (abril y mayo)	
Soporte/s:		TV y radio	
Zona de influencia:		Región de Murcia	
Población objetivo:		Mayores de 18 años.	
Medidas de accesibilidad: 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.	
Objetivo y finalidad: Dar a conocer la actividad, programación y los talleres que se realizan en los distintos museos de la Comunidad Autónoma.			
Coste estimado	Creatividad:	Difusión:	TOTAL:
	1.400,00 €	10.000,00 €	11.400,00 €
Período de ejecución:	El último domingo de cada mes para anunciar la programación del mes siguiente.		
Soporte/s:	Prensa escrita y cuñas de radio		
Zona de influencia:	Ciudades de Murcia y Cartagena		
Población objetivo:	General		
Medidas de accesibilidad: 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

CAMPAÑA Nº 10.2		DÍA INTERNACIONAL DE LOS MUSEOS	
Objetivo y finalidad:			
Promover las visitas a los museos de la Región y fomentar la cultura a través del arte.			
Coste estimado	Creatividad:	Difusión:	TOTAL:
	0,00 €	5.000,00 €	5.000,00 €
Período de ejecución:	18 mayo		
Soporte/s:	Prensa y radio		
Zona de influencia:	Región de Murcia		
Población objetivo:	General		
Medidas de accesibilidad:			
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

CAMPAÑA Nº 10.3	PIAN FOMENTO LECTURA		
Objetivo y finalidad:			
Fomentar la lectura.			
Coste estimado	Creatividad:	Difusión:	TOTAL:
	1.400,00 €	10.000,00 €	11.400,00 €
Período de ejecución:	Tercer y cuarto trimestre		
Soporte/s:	Prensa, radio y TV.		
Zona de influencia:	Región de Murcia		
Población objetivo:	De 10 a 90 años		
Medidas de accesibilidad:			



10. TURISMO Y CULTURA

CONSEJERÍA DE TURISMO Y CULTURA

ITREM

CAMPAÑA Nº 10.4		PROMOCIÓN TURÍSTICA NACIONAL E INTERNACIONAL	
Objetivo y finalidad: 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.			
Coste estimado	Creatividad:	Difusión:	TOTAL:
	100.000,00 €	1.250.000,00 €	1.350.000,00 €
Período de ejecución:	Anual		
Soporte/s:	Exterior, TV, radio, online y prensa		
Zona de influencia:	Murcia/España/Europa/Internacional		
Población objetivo:	General		
Medidas de accesibilidad:			

10. TURISMO Y CULTURA

CONSEJERÍA DE TURISMO Y CULTURA

ICA

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

