PLAN ANUAL DE COMUNICACIÓN Y PUBLICIDAD INSTITUCIONAL

2020

Región de Murcia

Edita:
Consejería de Presidencia y Hacienda.
Palacio de San Esteban
Acisclo Díaz, s/n, 30071 (Murcia)
Fecha de edición: Enero de 2020

ÍNDICE

I. INTRODUCCIÓN _____ 7

II. EL RÉGIMEN JURÍDICO _____ 8

III. CONTENIDO DEL PLAN _____ 10

IV. OBJETIVOS DE INTERÉS PÚBLICO DE LAS CAMPAÑAS _____ 13

V. HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN _____ 22

VI. ÁMBITO DE DIFUSIÓN Y PÚBLICO OBJETIVO DE LAS CAMPAÑAS _____ 22

VII. PRESUPUESTO _____ 24

VIII. EVALUACIÓN _____ 30

IX. CONCLUSIONES _____ 31

ANEXO _____ 33

PRESENTACIÓN

El Plan de Comunicación y Publicidad Institucional es el documento que contiene las líneas maestras de las acciones en materia de comunicación publicitaria que la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia tiene previsto emprender en cada anualidad. El Plan se confecciona en cumplimiento de lo que emana de la ley autonómica que regula las referidas acciones institucionales, vigente desde finales del año 2018, si bien conviene recordar que el Gobierno Regional ya redactó y aprobó -por propia iniciativa y como un voluntario ejercicio de transparencia- un primer plan ese mismo año, sin que existiera imperativo legal.

Nos encontramos, por tanto, ante el tercer Plan anual de Comunidad y Publicidad Institucional de la Comunidad Autónoma de la Región, que pormenoriza todas las campañas que se prevé desarrollar en el año 2020. El documento incluye tanto las campañas correspondientes a las diferentes Consejerías que conforman la Administración Pública autonómica como las que han propuesto efectuar diferentes entes y organismos dependientes de aquéllas.

Las campañas incluidas en el presente Plan anual tienen como objetivo esencial incrementar el conocimiento por parte de los ciudadanos de la Región de los derechos y deberes que les asisten por su pertenencia a nuestro territorio, así como de las iniciativas y servicios de muy diversa índole que presta la Administración Autonómica con el fin de mejorar la calidad de vida de los murcianos. También se presta atención a las acciones publicitarias que persiguen potenciar la imagen de la Región de Murcia como destino turístico y de inversión.

Por otro lado, la planificación publicitaria institucional sigue fielmente lo establecido por la legislación autonómica. Así, las campañas previstas responden a razones de interés público y se deben ajustar a las exigencias derivadas de los principios básicos de lealtad institucional, compromiso, veracidad, transparencia, eficacia y austeridad en el gasto, entre otros.

El presente Plan de Comunicación y Publicidad Institucional confirma el interés del Gobierno Regional por planificar de forma nítida, accesible y transparente sus actuaciones, buscando en todo momento que primen los intereses de los ciudadanos.

Javier Celdrán Lorente

Consejero de Presidencia y Hacienda

I. INTRODUCCIÓN

La importancia adquirida por la comunicación institucional aconsejó que en el primer 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, y más en concreto, se proponía la ordenación y racionalización de las campañas de publicidad institucional mediante planes anuales de publicidad y comunicación institucional.

Una de las medidas dirigidas a fortalecer la transparencia es la ordenación y racionalización de las campañas de publicidad institucional.

Así, la Ley 13/2018, de 29 de noviembre, de Comunicación y Publicidad Institucional de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia, en su artículo 12 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 durante el año 2020. Se sigue por tanto la línea ya emprendida por el gobierno regional en 2018 y 2019, años en los que se elaboraron sendos Planes de Comunicación y Publicidad Institucional de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia.

El Consejo de Gobierno aprobará anualmente un Plan de Comunicación y Publicidad Institucional en el que se incluyan todas las campañas que se prevea desarrollar por la Administración Pública regional.

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.

El Consejo de Publicidad y Comunicación Institucional de la Región de Murcia es el órgano encargado de la elaboración del Plan anual.

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 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 organismos públicos, de acuerdo con los objetivos y prioridades por ellos fijados en el ejercicio de las políticas públicas que les son propias, incluye por tanto todas las campañas de publicidad institucional que la Administración Pública de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia pretende desarrollar durante el ejercicio 2020.

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 resto del sector público regional.

Además, y aunque la ley solo obliga a incluir en los planes anuales de comunicación y publicidad institucional las campañas a llevar a cabo por la Administración Pública de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia [1], en atención al ámbito de aplicación de dicha ley que se extiende, entre otras, a todas las entidades integrantes del sector público, se incorporan en el Plan también aquellas campañas de publicidad institucional que el resto de dicho sector público que no tengan carácter industrial, comercial o mercantil.

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

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

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

II. EL RÉGIMEN JURÍDICO

La Ley 13/2018, de 29 de noviembre, de Comunicación y Publicidad institucional de la Comunidad Autónoma de la Región establece los

[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.

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.

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

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 concurran 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 medios más respetuosos con el medio ambiente.

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

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.

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

Las prohibiciones en comunicación institucional se concretan en el artículo 10 en el que se prohíben 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 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

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.

contratante.

Si bien a lo largo de 2020 y a diferencia del año anterior, no se tiene prevista la celebración de ninguna convocatoria electoral, el artículo 9 de la ley fija el que durante los periodos electorales no se podrán realizar campañas salvo las previstas en la legislación al respecto así como aquellas que resulten imprescindibles para la salvaguarda del interés público o para el desarrollo correcto de los servicios públicos.

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

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.

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

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 2021.

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

III. CONTENIDO DEL PLAN

La previsión para este año 2020 es la realización de un total de 91 **campañas publicitarias** a propuesta de las Consejerías y entes del sector público regional atendiendo siempre a los principales objetivos del ejercicio y a los hitos más relevantes previstos para este año.

El número total de campañas previstas para 2020 es de 91, todas ellas a propuesta de las consejerías y entes del sector público y recogidas en el Anexo con una ficha por campaña que incluye los principales datos de interés.

El Plan se acompaña de 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 ley regional, 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 estimado de cada una de ellas.

Si bien tanto el Instituto de Turismo de la Región de Murcia (ITREM) como el Instituto de Fomento realizan a lo largo del año múltiples campañas, a efecto de este Plan se contabiliza una por ente sin desagregar.

Es importante anotar que el Plan sólo incluye las campañas de publicidad institucional que se tenga previsto realizar a lo largo del año 2020, ya que no todo el contenido de la comunicación institucional es planificable. Ejemplo claro en este sentido son los patrocinios por su dificultad en prever aquellos que se van a desarrollar. Por este motivo el Plan no incluye ningún tipo de patrocinio, si 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.

Por su carácter difícilmente previsible, los patrocinios no se incluyen en el plan si bien se informa de ellos a través del Portal de la Transparencia y en el informe que se remite a la

El plan se ha estructurado en diez ejes por materias que son las siguientes:

El Plan se estructura en diez ejes por materias.

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. Políticas Sociales

Eje 7. Agua y Agricultura

Eje 8. Medio Ambiente

Eje 9. Participación Ciudadana y Fechas Conmemorativas

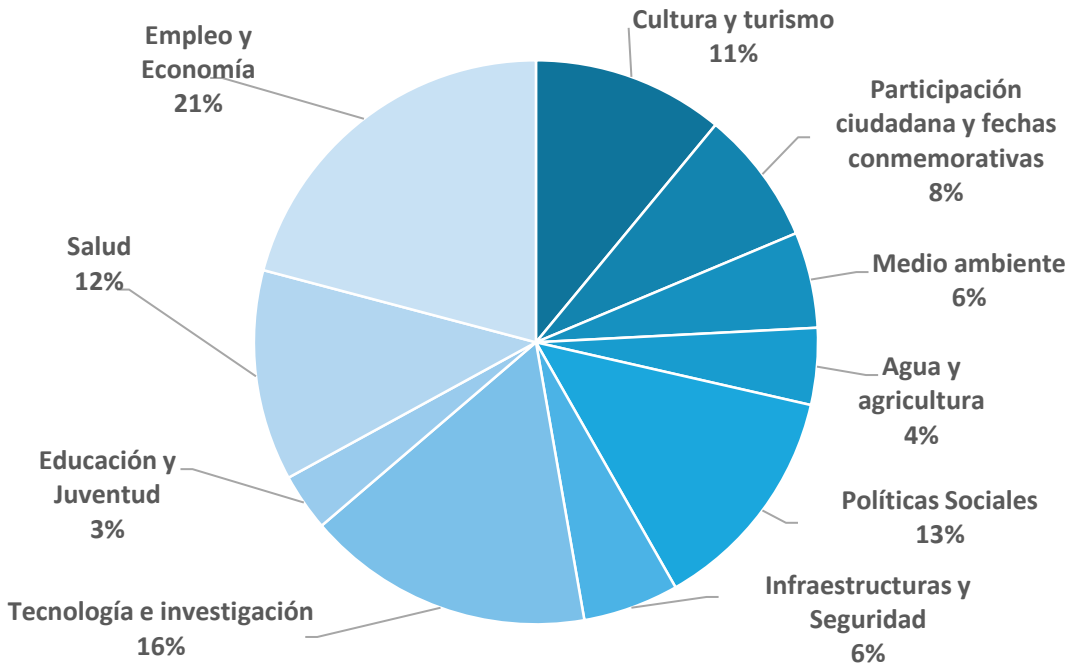
Eje 10. Cultura y Turismo

En cuanto al número de campañas y su distribución por ejes, tal y como se puede ver en el gráfico a continuación, encontramos el *Eje 1. Empleo y Economía* con 19 campañas y el *Eje 4. Tecnologías e Investigación* con 15 que son los ejes que cuentan con un mayor número de campañas en este año. Le siguen el *Eje 6. Políticas Sociales* con 12, el *Eje 2. Salud* con 11 y el *eje 10. Cultura y Turismo* con 9. El resto oscilan entre 3 y 7 campañas.

Los ejes con mayor número de campañas son el Eje 1 Empleo y economía con 19 campañas y el Eje 4 Tecnologías e Investigación con 15.

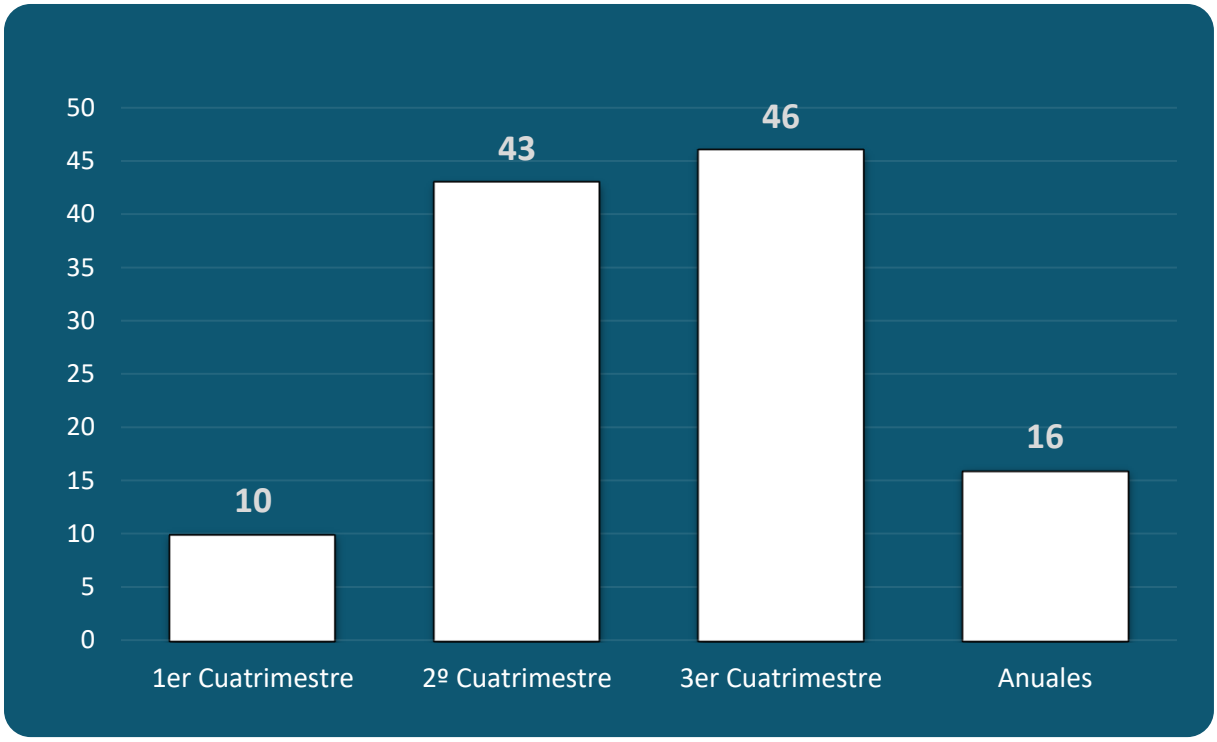
Gráfico 1. Número de campañas por Ejes

Gráfico 2. Porcentaje de número de campañas por Ejes



En lo referente al periodo de ejecución de las campañas, 16 de ellas se realizarán de forma anual, es decir que o bien podrán tener diversas oleadas a lo largo del año o se realizarán con una cierta presencia continuada a lo largo de varios meses abarcando más de dos cuatrimestres. Las 73 restantes está previsto realizarlas exclusivamente en un cuatrimestre o a lo largo de dos de ellos, de ahí que la suma total del gráfico siguiente sea mayor al número de campañas previsto.

Gráfico 3. Periodo de ejecución de las campañas



IV. OBJETIVOS DE INTERÉS PÚBLICO DE LAS CAMPAÑAS

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

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

- Contra la Violencia
- Promoción de los Recursos para Nuestros Mayores
- Apoyo a la Familia
- Día de Europa
- Participación Ciudadana
- Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)
- Cooperación al Desarrollo
- Difusión y Promoción de la Transparencia
- Lucha contra la brecha salarial
- Derechos de la infancia
- Día de la mujer
- Promoción de la interculturalidad
- Sensibilización por la tolerancia
- Lucha contra la pobreza
- Promoción del voluntariado
- Depuración y reutilización del agua
- Foro transformación digital en educación

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:

- Actividades en los Museos de la Región de Murcia.
- Vacunación contra la gripe
- Portal del Paciente
- Escuela de Salud
- Estrategia para el éxito educativo: Objetivo 2020
- Desarrollo de acciones del Plan Regional de Juventud 2019-2023
- Administración electrónica
- Red CTNET
- Cursos Formacarm
- Replay
- SICARM
- Semana de la ciencia y la tecnología
- Plan de pedanías, diputaciones, barrios periféricos y/o deprimidos / plan de obras y servicios

- Transporte público
- Contra la violencia
- Promoción de los recursos para nuestros mayores
- La Manga 365
- Día internacional de los museos
- Fondos FEDER y Fondo Social Europeo
- San Esteban espacio abierto
- Europa participa
- Energías renovables, eficiencia energética, productividad
- Muestra regional de artesanía de Navidad
- Talleres artesanos y centros regionales de artesanía
- Servicio de defensa del consumidor
- Promoción del patrimonio regional: yacimientos arqueológicos, patrimonio inmaterial, histórico y cultural
- Derecho a saber
- Difusión y promoción de la Transparencia
- Envejecimiento activo
- Formación SEF
- El SEF más cerca de las empresas
- Promoción y difusión de la oferta cultural de la Comunidad Autónoma en la Región
- Acceso al empleo / autoempleo
- Promoción del Servicio Regional de Empleo y Formación
- PAEMUR: la administración electrónica en los pequeños municipios de la región de Murcia
- Impulso a la transformación digital en 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:

- Transporte público
- Contra la violencia
- Plan de fomento de la lectura
- Puesta en valor de la eficiencia en el uso del agua y otros recursos y fuentes de energía por la agricultura de la región de Murcia

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

- Difusión de servicios, proyectos, programas, convocatorias de subvenciones y otras actividades del Instituto de Fomento
- Estrategia para el éxito educativo: Objetivo 2020
- Desarrollo de acciones del Plan Regional de Juventud 2019-2023
- Patrimonio digital
- Servicio de Orientación y Mediación Hipotecaria y de la Vivienda de la Región de Murcia (SOMH)
- Ayudas vivienda protegida
- Promoción de los recursos para nuestros mayores
- Fondos FEDER y Fondo Social Europeo
- Europa participa
- Promoción de las ayudas europeas
- Promoción de actuaciones de defensa del autónomo y de la oficina de defensa del autónomo y la pyme "DEPA"
- Fomento del negocio electrónico
- Promoción del pequeño comercio
- Fomento del Carné Joven
- Hábitos deportivos saludables
- I+D+i como motor de empleo
- Información TDTs
- Acceso al empleo / autoempleo
- Promoción del Servicio Regional de Empleo y Formación
- Plan Copla / Plan Infomur
- Difusión de los periodos voluntarios de pago de tributos locales
- Información y asistencia en el cumplimiento de las obligaciones fiscales
- BORM
- Promoción productos ICREF
- Smart Región

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
- Canal Mar Menor

- Concienciación de la seguridad industrial e inspección 2020
- Hábitos deportivos saludables
- Mosquito tigre
- Campaña contra el tabaco
- Prevención del suicidio
- Comprometidos con la recuperación / fomento de actividades medioambientalmente compatibles con el resto de acciones de protección del mar menor / trabajos para la mejora de la laguna salada
- Plan Copla / Plan Infomur
- Prevención de los riesgos laborales
- Adicción al móvil
- Enfermedades de transmisión sexual
- Prevención de la obesidad infantil

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

- Europa participa
- Promoción de las ayudas europeas
- Promoción de actuaciones de defensa del autónomo y de la oficina de defensa del autónomo y la pyme “DEPA”
- Fomento del negocio electrónico
- Promoción del pequeño comercio
- Servicio de defensa del consumidor
- Información TDTs
- Prevención de los riesgos laborales

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

- Promoción de los recursos para nuestros mayores
- Apoyo a la familia
- Canal Mar Menor
- Energías renovables, eficiencia energética, productividad
- Objetivos de desarrollo sostenible (ODS)
- Día de la mujer
- Promoción de la interculturalidad
- Depuración y reutilización del agua

- Y yo, ¿qué hago? (Mar Menor / Medio ambiente / Biodiversidad y cambio climático)
- Comprometidos con la recuperación / Fomento de actividades medioambientalmente compatibles con el resto de acciones de protección del mar menor / Trabajos para la mejora de la laguna salada

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

- Actividades en los museos de la Región de Murcia.
- Patrimonio digital
- Día de la Región
- Día internacional de los museos
- Plan de fomento de la lectura
- Promoción turística nacional e internacional (ITREM)
- Murcia región de festivales
- San Esteban espacio abierto
- Muestra regional de artesanía de Navidad
- Talleres artesanos y centros regionales de artesanía
- Promoción del patrimonio regional: yacimientos arqueológicos, patrimonio inmaterial, histórico y cultural
- Promoción y difusión de la oferta cultural de la Comunidad Autónoma en la región
- Lucha contra la despoblación y mejora de la calidad de vida en el medio rural
- XXV Aniversario Auditorio y Centro de Congresos Víctor Villegas

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

- Día de la Región
- Europa Participa
- Día de Europa
- Campaña para Poner en Valor lo que Aporta el Ganadero a la Sociedad
- Gracias Agricultor

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:

- Difusión de servicios, proyectos, programas, convocatorias de subvenciones y otras actividades del Instituto de Fomento

- Foro Smart
- Promoción de productos
- Gracias Agricultor
- La manga 365
- Promoción turística nacional e internacional (ITREM)
- Murcia Región de festivales
- Muestra regional de artesanía de navidad
- Talleres artesanos y centros regionales de artesanía
- Promoción productos ICREF
- Foro Blockchain y sociedad

En conclusión, en cuanto a número de campañas los tres objetivos de interés público más buscados por las campañas de publicidad institucional para el año 2020 son:

- En primer lugar y segundo 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, con 36 y 25 campañas respectivamente.

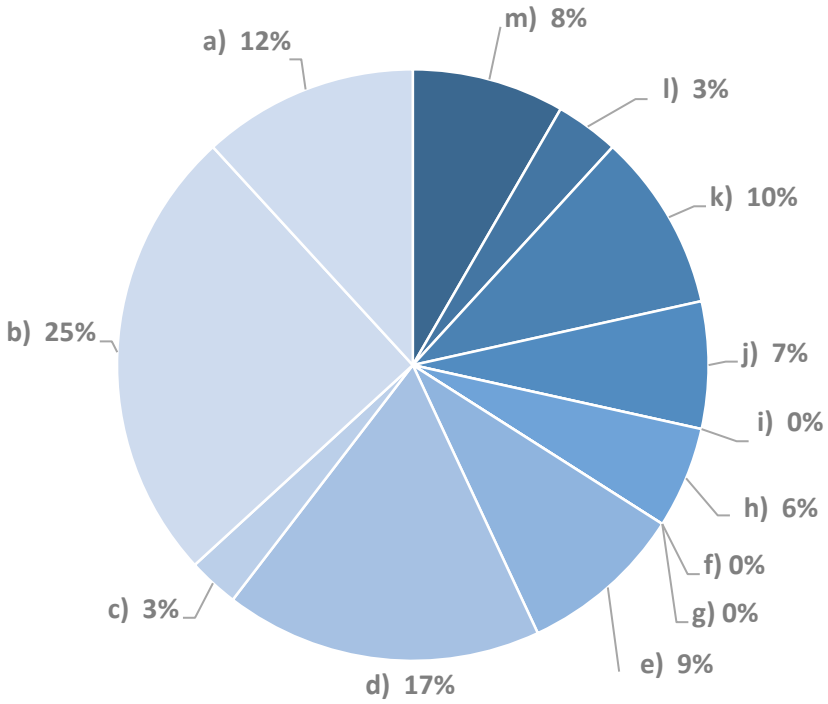
- En tercer lugar con 17 campañas, el objetivo de promover valores y conductas que consoliden la democracia, la libertad, la convivencia y la igualdad y solidaridad que corresponde al apartado a) del artículo 2.

Gráfico 4. Número de campañas por objetivos

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

Objetivo		Campañas	%
a)	Promover valores y conductas que consoliden la democracia, la libertad, la convivencia, la igualdad y la solidaridad.	17	12%
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.	36	25%
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.	4	3%
d)	Difundir información sobre los derechos y deberes de la ciudadanía y los servicios, actividades y programas de los que se puede beneficiar.	25	17%
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.	13	9%
f)	Anunciar medidas en caso de emergencia o catástrofe…	0	0%
g)	Difundir los procesos electorales	0	0%
h)	Difundir el contenido de aquellas disposiciones jurídicas que, por su novedad o repercusión social, aconsejan su conocimiento general.	8	6%
i)	Difundir ofertas de empleo público.	0	0%
j)	Difundir actitudes cívicas en beneficio de la colectividad y los valores de convivencia y solidaridad entre los ciudadanos y ciudadanas.	10	7%
k)	Contribuir a la difusión y mejora de la Región de Murcia y de su patrimonio histórico y cultural.	14	10%
l)	La promoción de los propios valores, imagen o señas de identidad del territorio o la población de la administración anunciante.	5	3%
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.	12	8%

Gráfico 5. Objetivos legales representados porcentualmente.



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.

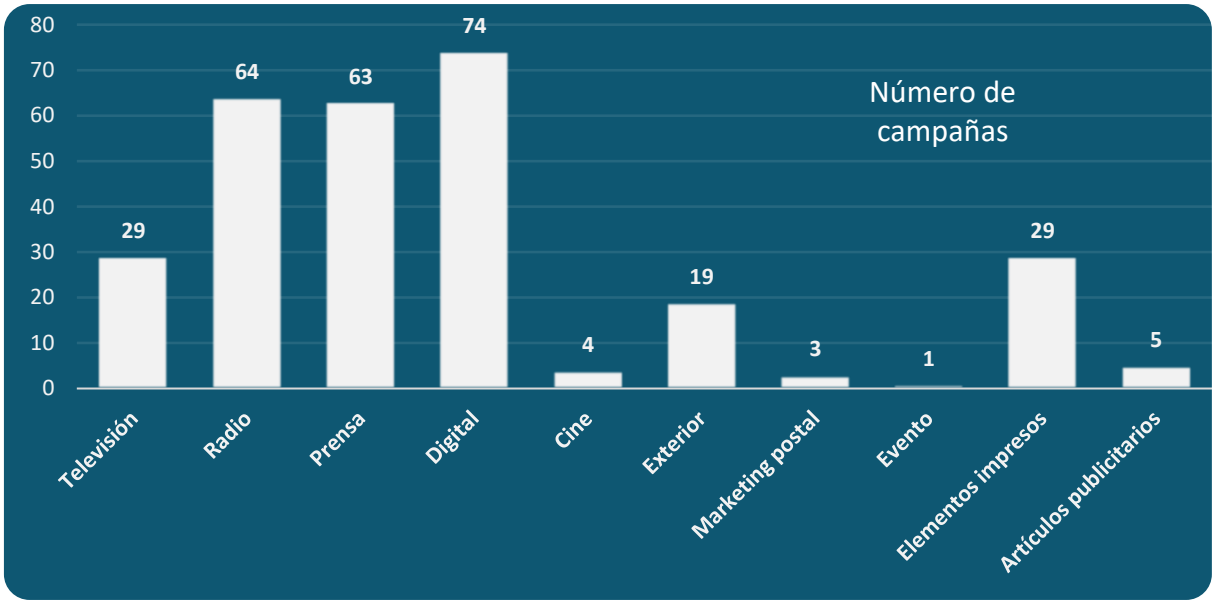
l) La promoción de los propios valores, imagen o señas de identidad del territorio o la población de la administración anunciante.

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.

V. HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN Y MEDIDAS DE ACCESIBILIDAD

De las 91 campañas a realizar, y siendo el medio más utilizado, 74 de ellas proponen el uso de medios digitales. Le siguen muy de cerca la radio (64 campañas) y la prensa (63). A continuación encontramos elementos impresos y televisión en 29 de ellas. Minoritariamente se utilizarán otros tales como el cine, el marketing postal, la organización de eventos o artículos publicitarios.

Gráfico 6. Herramientas de difusión de las campañas.



En cuanto a las medidas para garantizar la accesibilidad de las personas con discapacidad y según los medios que se vayan a utilizar, se utilizarán medidas concretas para garantizar dicha accesibilidad tales como: la triple A en accesibilidad Web, la subtitulación, audiodescripción, etc...

VI. ÁMBITO DE DIFUSIÓN Y PÚBLICO OBJETIVO DE LAS CAMPAÑAS

El ámbito de difusión de la gran mayoría de las campañas de publicidad y comunicación institucional es el de toda la Región de Murcia, excepto dos de ellas: la denominada *LA MANGA 365* que por estar dirigida preferentemente a los habitantes de dicha zona, focaliza su impacto en los medios de difusión de La Manga y su zona de influencia, así como la de *PAEMUR: LA ADMINISTRACIÓN ELECTRÓNICA EN LOS PEQUEÑOS MUNICIPIOS DE LA REGIÓN DE MURCIA* que se dirige a determinados municipios de menos de 20.000 habitantes que se hayan sumado a esta plataforma.

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

En el caso de la campaña "MURCIA REGIÓN DE FESTIVALES" aparte de la propia Región de Murcia se amplía al resto del territorio nacional con el interés de atraer el mayor público posible a este tipo de eventos.

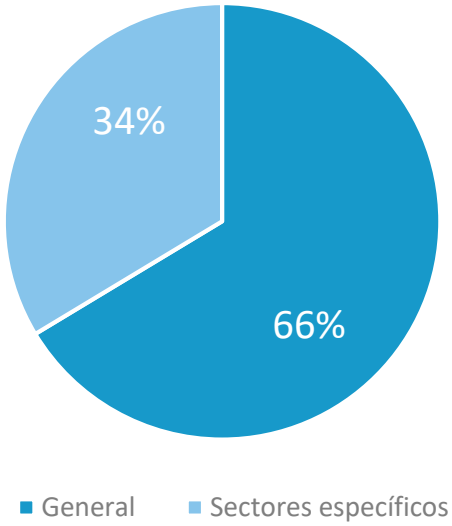
En cuanto al público objetivo de las campañas, el 66% de ellas se dirigen a toda la población en general, pero hay también campañas orientadas a sectores específicos, tales como: jóvenes, desempleados, emprendedores, empresarios, trabajadores, PYMES, científicos etc…

En concreto, las campañas de publicidad institucional que se dirigen muy concretamente a un sector de la población específico son las siguientes:

- Las campañas *SMART REGION* e *IMPULSO A LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL EN LA REGIÓN DE MURCIA* que están enfocadas a público en general pero con especial hincapié al personal de la administración y empresarios
- La campaña *FOMENTO DEL NEGOCIO ELECTRÓNICO*, dirigida a empresarios y emprendedores.
- Las campañas *CONCIENCIACIÓN DE LA SEGURIDAD INDUSTRIAL E INSPECCIÓN 2020 y ENERGÍAS RENOVABLES, EFICIENCIA ENERGÉTICA Y PRODUCTIVIDAD*, destinadas a empresarios.
- Las campañas *DESARROLLO DE ACCIONES DEL PLAN REGIONAL DE JUVENTUD 2019-2023 y FOMENTO DEL CARNÉ JOVEN* orientadas a jóvenes.
- La campaña *PREVENCIÓN DE LA OBESIDAD INFANTIL* dirigida a familias y niños.
- Las campañas *PREVENCIÓN DE LOS RIESGOS LABORALES, I+D+i COMO MOTOR DE EMPLEO* y la de *LUCHA CONTRA LA BRECHA SALARIAL* enfocadas a empresarios y trabajadores
- La campaña *FORO SMART* destinada a emprendedores.
- La campaña *FORO TRANSFORMACIÓN DIGITAL EN EDUCACIÓN* dirigida a profesores, alumnos y AMPAS
- La campaña *FORO BLOCKCHAIN Y SOCIEDAD* destinada a personal de la administración, emprendedores y empresarios
- La campaña *PROMOCIÓN DE PRODUCTOS del IMIDA*, orientada a científicos.
- La campaña *DIFUSIÓN DE SERVICIOS, PROYECTOS, PROGRAMAS, CONVOCATORIAS DE SUBVENCIONES Y OTRAS ACTIVIDADES DEL INSTITUTO DE FOMENTO* dirigida a empresarios y emprendedores.

- La campaña *EL SEF MÁS CERCA DE LAS EMPRESAS*, orientada a empresarios, autónomos y PYMES.
- La campaña *FORMACIÓN SEF*, dirigida especialmente a desempleados y trabajadores.
- La campaña *BORM* que se orienta hacia el personal de las administraciones públicas
- La campaña *PROMOCIÓN PRODUCTOS ICREF* que se dirige a empresarios, autónomos y emprendedores

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 2020 asciende a un total de **3.113.050,00 €.**

En cuanto al peso de la inversión por ejes destaca en primer lugar el *Eje 10. Cultura y Turismo* con un presupuesto de 1.480.000 €, atribuible básicamente al ITREM, y que representan el 48 % de la inversión. En segundo lugar encontramos el *Eje 1. Economía y Empleo* con un presupuesto de 921.850 €, atribuible casi la mitad del mismo al Instituto de Fomento, y que representa el 30% de la inversión. Y el tercer lugar en cuanto al peso inversor en publicidad institucional de la Administración General, lo ocupa el *Eje 2. Salud* con un presupuesto de 144.000 €, que representa un 5% de la inversión.

Gráfico 8. Presupuesto de campañas por Ejes

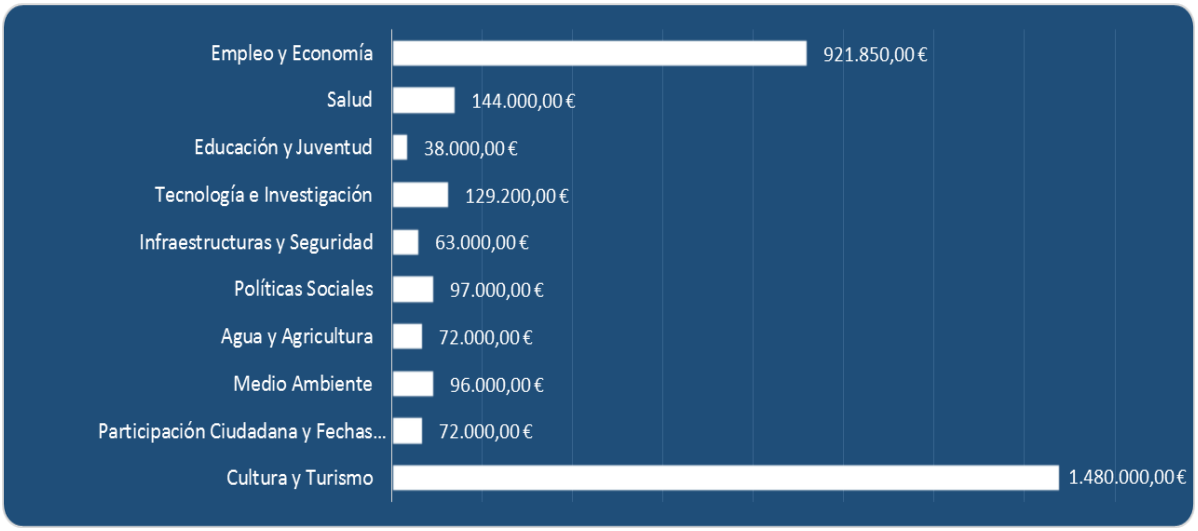
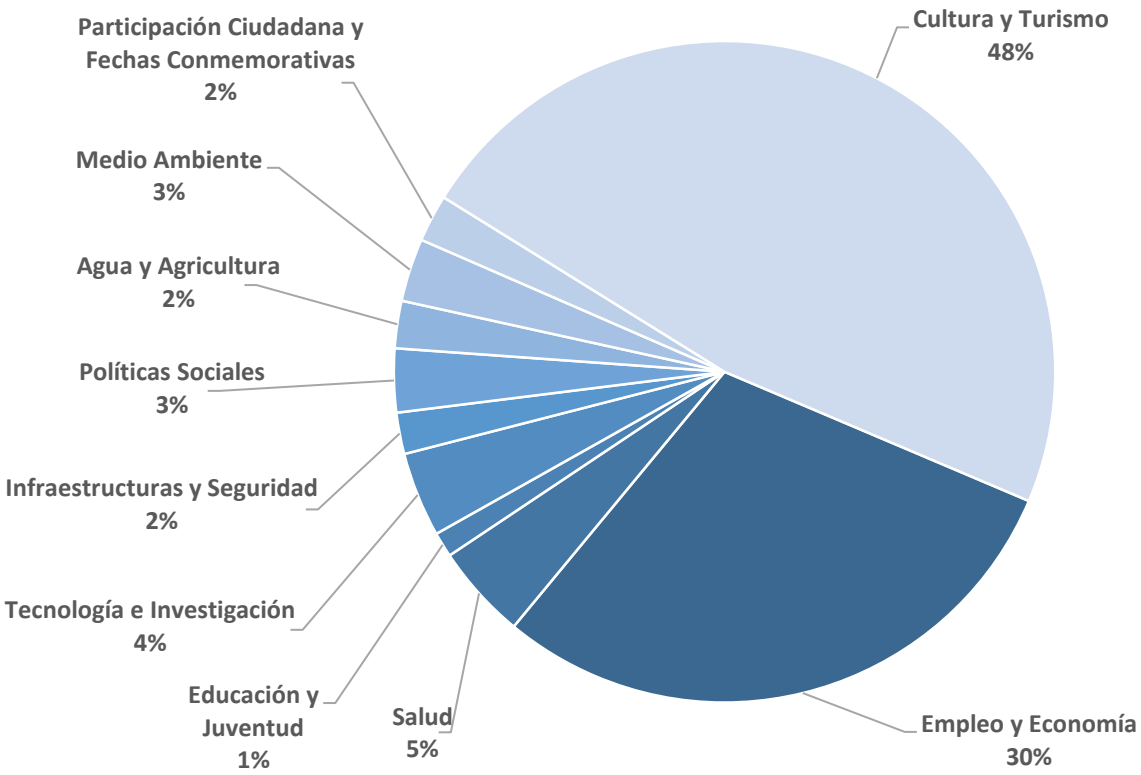


Tabla 2. Clasificación por ejes y por presupuesto[2]

Eje	Campañas	Presupuesto	%
Cultura y Turismo	10	1.480.000,00 €	48%
Empleo y Economía	19	921.850,00 €	30%
Salud	11	144.000,00 €	5%
Tecnología e Investigación	15	129.200,00 €	4%
Medio Ambiente	5	96.000,00 €	3%
Políticas Sociales	12	97.000,00 €	3%
Participación Ciudadana y Fechas Conmemorativas	7	72.000,00 €	2%
Agua y Agricultura	4	72.000,00 €	2%
Infraestructuras y Seguridad	5	63.000,00 €	2%
Educación y Juventud	3	38.000,00 €	1%
Total	**91**	**3.113.050,00 €**	**100%**

[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



En cuanto a la clasificación por proponente, del total de la inversión de 3.113.050 €, le corresponde **986.000 € a la inversión de la Administración General**, un 32% del total, y **2.127.050 € al resto del sector público regional,** es decir, el 68% restante.

Atendiendo **al peso de la inversión en la Administración General y por Consejerías proponentes**, la **mayor inversión** corresponde a la **Consejería de Presidencia y Hacienda, con diez campañas** que ascienden a un presupuesto de 399.000 €, y que representan el 40% de la inversión en publicidad de la Administración General. No obstante, conviene destacar que de este presupuesto, **el 74% corresponde a** campañas financiadas con fondos europeos , especialmente importante en cuanto a presupuesto es la destinada a la promoción del Fondo Social Europeo y los Fondos FEDER que asciende a 265.000 €**.** Por tanto, sin contar estas campañas, el presupuesto de la Consejería asciende a 103.000 €.

La siguiente consejería en cuanto al peso de su inversión es la de Agua, Agricultura. Ganadería, Pesca y Medio Ambiente con 6 campañas y 91.000 € de inversión, seguida de la de Educación y Cultura con 84.000 € para seis campañas, representando cada una de ellas aproximadamente un 9% de la inversión.

Tabla 3. Clasificación por ámbito, proponente y presupuesto (Administración General)

Ámbito	Consejería / Ente	Campañas	Presupuesto	%
Administración General	Presidencia y Hacienda (*)	10	399.000 €	40%
	Agua, Agricultura, Ganadería, Pesca y Medio Ambiente	6	91.000 €	9%
	Educación y Cultura	6	84.000 €	9%
	Salud	7	81.000 €	8%
	Mujer, Igualdad, LGTBI, Familias y Política Social	10	80.000 €	8%
	Empresa, Industria y Portavocía	11	77.000 €	8%
	Transparencia, Participación y Administración Pública	6	65.000 €	7%
	Fomento e Infraestructuras	4	43.000 €	4%
	Turismo, Juventud y Deportes	3	36.000 €	4%
	Empleo, Investigación y Universidades	3	30.000 €	3%
	Total Administración General	**66**	**986.000 €**	**100%**

(*) Conviene destacar que del presupuesto en publicidad de la Consejería de Presidencia y Hacienda un 74% del mismo corresponde a campañas que se financian con cargo a fondos europeos, principalmente la destinada a la promoción del Fondo Social Europeo y los Fondos FEDER con un presupuesto de 265.000 €.

Por otra parte, tal y como ya se ha mencionado, el **peso de la inversión en publicidad institucional por parte del sector público** es cuantitativamente superior al de la Administración General con un peso del 68% y 32% respectivamente.

Dentro de la inversión del sector público el mayor presupuesto corresponde a las campañas del Instituto de Turismo (ITREM), con un total de 1.350.000, seguidas de las del Instituto de Fomento (INFO), con una inversión de 490.000 €.

Por último con una inversión de 41.000 € se encuentran las cuatro campañas que llevará a cabo el Servicio de Empleo y

Tabla 4. Clasificación por ámbito, proponente y presupuesto (Sector Público)

Ámbito	Consejería / Ente	Campañas	Presupuesto	%
Sector Público	Instituto de Turismo de la Región de Murcia (ITREM) [1]	1	1.350.000 €	63%
	Instituto de Fomento de la Región de Murcia (INFO) [1]	1	490.000 €	23%
	Servicio Regional de Empleo y Formación (SEF)	4	41.000 €	2%
	Fundación INTEGRA	8	37.500 €	2%
	Agencia Tributaria de la Región de Murcia	2	35.850 €	2%
	Instituto Murciano de Investigación y Desarrollo Agrario y Alimentario (IMIDA)	1	35.000 €	2%
	Instituto de las Industrias Culturales y de las Artes de la Región de Murcia (ICA)	2	31.000 €	1.5%
	Entidad de Saneamiento y Depuración de Aguas Residuales de la Región de Murcia	1	30.000 €	1%
	Servicio Murciano de Salud (SMS)	1	26.000 €	1%
	Fundación SÉNECA (Agencia de Ciencia y Tecnología de la Región de Murcia)	1	17.700 €	1%
	Fundación para la Formación e Investigación Sanitarias de la Región de Murcia	1	15.000 €	1%
	Instituto de Crédito y Finanzas de la Región de Murcia	1	12.000 €	1%
	BORM	1	6.000 €	0.5%
	Total sector público	**25**	**2.127.050 €**	**100%**

[1] Recuérdese que a efectos de esta Plan todas las acciones de publicidad realizadas tanto por el Instituto de Turismo de la Región de Murcia (ITREM) como el Instituto de Fomento se contabilizan como una sola campaña por ente sin desagregar.

La Consejería de Presidencia y Hacienda, a través de la Dirección General de Comunicación Institucional, gestionará el presupuesto de publicidad institucional de la Administración General, a excepción de aquellas campañas realizadas con fondos europeos, que serán gestionadas por las Consejerías destinatarias de los mismos. En concreto, con cargo a fondos europeos en 2020 se prevé realizar **un total de 13 campañas cuyo presupuesto asciende a 381.500 €.**

Tabla 5. Campañas financiadas con fondos europeos

Consejería/Ente	Campaña	Presupuesto
Presidencia y Hacienda	FONDOS FEDER Y FONDO SOCIAL EUROPEO	265.000 €
Presidencia y Hacienda	ADMINISTRACIÓN ELECTRÓNICA	25.000 €
Presidencia y Hacienda	PAEMUR: LA ADMINISTRACIÓN ELECTRÓNICA EN LOS PEQUEÑOS MUNICIPIOS DE LA REGIÓN DE MURCIA	6.000 €
Fomento e Infraestructuras	LA MANGA 365	13.000 €
Fundación INTEGRA	REPLAY	2.500 €
Fundación INTEGRA	SICARM	7.500 €
Fundación INTEGRA	PATRIMONIO DIGITAL	2.500 €
Fundación INTEGRA	FORO TRANSFORMACIÓN DIGITAL EN EDUCACIÓN	2.500 €
Fundación INTEGRA	FORO BLOCKCHAIN Y SOCIEDAD	2.500 €
Fundación INTEGRA	FORO SMART	15.000 €
Fundación INTEGRA	RED CTNET	2.500 €
Fundación INTEGRA	CURSOS FORMACARM	2.500 €
Instituto Murciano de Investigación y Desarrollo Agrario y Alimentario (IMIDA)	PROMOCIÓN DE PRODUCTOS	35.000 €
	Total	**381.5000 €**

Tabla 6. Financiación con fondos europeos por ámbitos

Ámbito	Consejería / Ente	Campañas	Presupuesto
Administración General	Presidencia y Hacienda	3	296.000 €
	Fomento e Infraestructuras	1	13.000 €
	Total Administración General	**4**	**309.000 €**
Sector público	Fundación INTEGRA	8	37.500 €
	Instituto Murciano de Investigación y Desarrollo Agrario y Alimentario (IMIDA)	1	35.000 €
	Total Sector Público	**9**	**72.500 €**
	Total general	**10**	**381.500 €**

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 difusión de las mismas, 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 2021 un informe anual de publicidad y comunicación, que será aprobado por el Consejo de Gobierno, publicado en el Portal de Transparencia de la CARM y remitido a la Asamblea Regional.

El informe anual incluirá, con el máximo grado de detalle, todas las campañas institucionales desarrolladas, su importe, los criterios de adjudicación utilizados, los adjudicatarios de los contratos celebrados, la relación de objetivos perseguidos a los que se vinculan las campañas, los planes de medios,

las partidas de gasto vinculadas a la ejecución de la campaña publicitaria (especificando expresamente el peso inversor por departamento), y los datos disponibles en relación con la efectividad de las campañas.

IX. CONCLUSIONES

El Plan se ha elaborado, siguiendo los parámetros legales de la 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.

En total, la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia ha previsto desarrollar durante el año 2020 **91 campañas[3] de publicidad institucional**, con un **presupuesto de 3.113.050 €,** correspondiendo 986.000 € a la inversión de la Administración General, un 32% del total, y 2.127.050 € al resto del sector público regional, es decir, el 68% restante

La **principal prioridad de interés público** en materia de publicidad y comunicación institucional para el año 2020 es **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, con 36 y 25 campañas respectivamente.

Los ejes con **mayor número de campañas** son el *Eje 1. Empleo y Economía* con 19 campañas y el *Eje 4. Tecnologías e Investigación* con 15. Le siguen el *Eje 6. Políticas Sociales* con 12, el *Eje 2. Salud* con 11 y el *Eje 10. Cultura y Turismo* con 10. El resto oscilan entre 3 y 7 campañas.

En cuanto al **peso de la inversión** por ejes destaca:

- El ***Eje 10. Cultura y Turismo*** con un presupuesto de 1.480.000 €, atribuible básicamente al ITREM, y que representa el 48 % de la inversión.
- El ***Eje 1. Empleo y Economía*** con un presupuesto de 921.850,00 €, atribuible en gran proporción al INFO, y que representa el 30% 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.

- Y en cuanto al peso inversor en publicidad institucional de la Administración General, el ***Eje 2. Salud*** con un presupuesto de 144.000,00 €, que representa un 5% de la inversión, y el ***Eje 4. Tecnología e Investigación*** con un presupuesto de 129.200,00 €, que representa el 4% de la inversión.

En lo referente al público objetivo de las campañas, en un **66% se centran en público general**, mientras que un 34% se orientan a sectores específicos.

Si analizamos los medios previsto a utilizar, de las 91 campañas se propone el **uso de soportes digitales en 74 de ellas (81%)**. Le siguen muy de cerca la **radio (64 campañas) y la prensa (63)** lo que supone su utilización en un 70% y 69% del total respectivamente. A continuación encontramos elementos impresos y televisión en 29 de ellas. Minoritariamente se utilizarán otros medios de difusión tales como el cine, el marketing postal, la organización de eventos o artículos publicitarios.

En el Anexo a continuación se relacionan mediante fichas de detalle las 91 campañas incluidas en el Plan y estructuradas según los 10 ejes por materias.

ANEXO

ÍNDICE DE EJES Y CAMPAÑAS

1. EMPLEO Y ECONOMÍA

1.1 LUCHA CONTRA LA DESPOBLACIÓN Y MEJORA DE LA CALIDAD DE VIDA EN EL MEDIO RURAL

1.2 FONDOS FEDER Y FONDO SOCIAL EUROPEO

1.3 PROMOCIÓN DE LAS AYUDAS EUROPEAS

1.4 PROMOCIÓN DE ACTUACIONES DE DEFENSA DEL AUTÓNOMO Y DE LA OFICINA DE DEFENSA DEL AUTÓNOMO Y LA PYME "DEPA"

1.5 CONCIENCIACIÓN DE LA SEGURIDAD INDUSTRIAL E INSPECCIÓN 2020

1.6 MUESTRA REGIONAL DE ARTESANÍA DE NAVIDAD

1.7 TALLERES ARTESANOS Y CENTROS REGIONALES DE ARTESANÍA

1.8 PROMOCIÓN DEL PEQUEÑO COMERCIO

1.9 SERVICIO DE DEFENSA DEL CONSUMIDOR

1.10 DIFUSIÓN DE SERVICIOS, PROYECTOS, PROGRAMAS, CONVOCATORIAS DE SUBVENCIONES Y OTRAS ACTIVIDADES DEL INSTITUTO DE FOMENTO

1.11 I+D+i COMO MOTOR DE EMPLEO

1.12 ACCESO AL EMPLEO / AUTOEMPLEO

1.13 EL SEF MÁS CERCA DE LAS EMPRESAS

1.14 FORMACIÓN SEF

1.15 PROMOCIÓN DEL SERVICIO REGIONAL DE EMPLEO Y FORMACIÓN

1.16 DIFUSIÓN DE LOS PERIODOS VOLUNTARIOS DE PAGO DE TRIBUTOS LOCALES

1.17 INFORMACIÓN Y ASISTENCIA EN EL CUMPLIMIENTO DE LAS OBLIGACIONES FISCALES

1.18 BORM

1.19 PROMOCIÓN PRODUCTOS ICREF

2. SALUD

2.1 HÁBITOS DEPORTIVOS SALUDABLES

2.2 VACUNACIÓN CONTRA LA GRIPE

2.3 ENVEJECIMIENTO ACTIVO

2.4 MOSQUITO TIGRE

2.5 ADICCIÓN AL MÓVIL

2.6 ENFERMEDADES DE TRANSMISIÓN SEXUAL

2.7 CAMPAÑA CONTRA EL TABACO

2.8 PREVENCIÓN DE LA OBESIDAD INFANTIL

2.9 PREVENCIÓN DE LOS RIESGOS LABORALES

2.10 PORTAL DEL PACIENTE

2.11 ESCUELA DE SALUD

3. EDUCACIÓN Y JUVENTUD

3.1 DESARROLLO DE ACCIONES DEL PLAN REGIONAL DE JUVENTUD 2019-2023

3.2 FOMENTO DEL CARNÉ JOVEN

3.3 ESTRATEGIA PARA EL ÉXITO EDUCATIVO: OBJETIVO 2020

4. TECNOLOGÍA E INVESTIGACIÓN

4.1 INFORMACIÓN TDTS

4.2 ADMINISTRACIÓN ELECTRÓNICA

4.3 PAEMUR: LA ADMINISTRACIÓN ELECTRÓNICA EN LOS PEQUEÑOS MUNICIPIOS DE LA REGIÓN DE MURCIA

4.4 SMART REGIÓN

4.5 IMPULSO A LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL EN LA REGIÓN DE MURCIA

4.6 FOMENTO DEL NEGOCIO ELECTRÓNICO

4.7 FORO SMART

4.8 RED CTNET

4.9 CURSOS FORMACARM

4.10 REPLAY

4.11 SICARM

4.12 PATRIMONIO DIGITAL

4.13 FORO TRANSFORMACIÓN DIGITAL EN EDUCACIÓN

4.14 FORO BLOCKCHAIN Y SOCIEDAD

4.15 SEMANA DE LA CIENCIA Y LA TECNOLOGÍA

5. INFRAESTRUCTURAS Y SEGURIDAD.

5.1 PLAN DE PEDANÍAS, DIPUTACIONES, BARRIOS PERIFÉRICOS Y/O DEPRIMIDOS / PLAN DE OBRAS Y SERVICIOS

5.2 PLAN COPLA / PLAN INFOMUR

5.3 SERVICIO DE ORIENTACIÓN Y MEDIACIÓN HIPOTECARIA Y DE LA VIVIENDA DE LA REGIÓN DE MURCIA (SOMH)

5.4 TRANSPORTE PÚBLICO

5.5 AYUDAS VIVIENDA PROTEGIDA

6. POLÍTICAS SOCIALES.

6.1 APOYO A LA FAMILIA

6.2 DERECHOS DE LA INFANCIA

6.3 DÍA DE LA MUJER

6.4 PROMOCIÓN DE LA INTERCULTURALIDAD

6.5 SENSIBILIZACIÓN POR LA TOLERANCIA

6.6 LUCHA CONTRA LA POBREZA

6.7 PROMOCIÓN DEL VOLUNTARIADO

6.8 PREVENCIÓN DEL SUICIDIO

6.9 CONTRA LA VIOLENCIA

6.10 PROMOCIÓN DE LOS RECURSOS PARA NUESTROS MAYORES

6.11 COOPERACIÓN AL DESARROLLO

6.12 LUCHA CONTRA LA BRECHA SALARIAL

7. AGUA Y AGRICULTURA.

7.1 PUESTA EN VALOR DE LA EFICIENCIA EN EL USO DEL AGUA Y OTROS RECURSOS Y FUENTES DE ENERGÍA POR LA AGRICULTURA DE LA REGIÓN DE MURCIA

7.2 CAMPAÑA PARA PONER EN VALOR LO QUE APORTA EL GANADERO A LA SOCIEDAD

7.3 GRACIAS AGRICULTOR

7.4 PROMOCIÓN DE PRODUCTOS

8. MEDIO AMBIENTE.

8.1 ENERGÍAS RENOVABLES, EFICIENCIA ENERGÉTICA Y PRODUCTIVIDAD

8.2 Y YO, ¿QUÉ HAGO? (Mar Menor / Medio Ambiente / Biodiversidad y Cambio Climático)

8.3 CANAL MAR MENOR

8.4 COMPROMETIDOS CON LA RECUPERACIÓN / FOMENTO DE ACTIVIDADES MEDIOAMBIENTALMENTE COMPATIBLES CON EL RESTO DE ACCIONES DE PROTECCIÓN DEL MAR MENOR / TRABAJOS PARA LA MEJORA DE LA LAGUNA SALADA

8.5 DEPURACIÓN Y REUTILIZACIÓN DEL AGUA

9. PARTICIPACIÓN CIUDADANA Y FECHAS CONMEMORATIVAS.

9.1 DIA DE LA REGIÓN

9.2 EUROPA PARTICIPA

9.3 DÍA DE EUROPA

9.4 PARTICIPACIÓN CIUDADANA

9.5 DERECHO A SABER

9.6 OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE (ODS)

9.7 DIFUSIÓN Y PROMOCIÓN DE LA TRANSPARENCIA

10. CULTURA Y TURISMO.

10.1 SAN ESTEBAN. ESPACIO ABIERTO

10.2 PROMOCIÓN TURÍSTICA NACIONAL E INTERNACIONAL (ITREM)

10.3 ACTIVIDADES EN LOS MUSEOS DE LA REGIÓN DE MURCIA

10.4 DÍA INTERNACIONAL DE LOS MUSEOS

10.5 PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN DE LA OFERTA CULTURAL DE LA COMUNIDAD AUTÓNOMA EN LA REGIÓN

10.6 PLAN DE FOMENTO DE LA LECTURA

10.7 PROMOCIÓN DEL PATRIMONIO REGIONAL: YACIMIENTOS ARQUEOLÓGICOS, PATRIMONIO INMATERIAL, HISTÓRICO Y CULTURAL

10.8 MURCIA REGIÓN DE FESTIVALES

10.9 XXV ANIVERSARIO AUDITORIO Y CENTRO DE CONGRESOS VICTOR VILLEGAS

10.10 LA MANGA 365

EJE 1. EMPLEO Y ECONOMÍA

CONSEJERÍA DE PRESIDENCIA Y HACIENDA

DIRECCIÓN GENERAL DE ADMINISTRACIÓN LOCAL

CAMPAÑA Nº 1.1	LUCHA CONTRA LA DESPOBLACIÓN Y MEJORA DE LA CALIDAD DE VIDA EN EL MEDIO RURAL
Objetivo y finalidad: Concienciar acerca de la importancia del medio rural como una parte esencial de nuestra región y sus posibilidades desde el punto de vista turístico como herramienta para evitar la despoblación.	
Coste estimado:	18.000 €
Período de ejecución:	Segundo cuatrimestre
Medio/s:	Prensa, radio, televisión y digital
Zona de influencia:	Región de Murcia
Población objetivo:	General
Medidas de accesibilidad:	Subtitulación y Audiodescripción
Ámbito:	Administración General

EJE 1. EMPLEO Y ECONOMÍA

CONSEJERÍA DE PRESIDENCIA Y HACIENDA

DIRECCIÓN GENERAL DE PRESUPUESTOS Y FONDOS EUROPEOS

CAMPAÑA Nº 1.2	FONDOS FEDER Y FONDO SOCIAL EUROPEO
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 cofinanción de la actuaciones recogidas en los Programas Operativos FEDER y FSE de la Región de Murcia 2014-2020.	
Coste estimado:	265.000 €
Período de ejecución:	Segundo y tercer cuatrimestre
Medio/s:	Prensa, radio, televisión, cine, exterior y digital
Zona de influencia:	Región de Murcia
Población objetivo:	General
Medidas de accesibilidad:	Subtitulación y Audiodescripción
Ámbito:	Administración General
Fondos Europeos:	Sí

EJE 1. EMPLEO Y ECONOMÍA

CONSEJERÍA DE EMPRESA, INDUSTRIA Y PORTAVOCÍA

DIRECCIÓN GENERAL DE UNIÓN EUROPEA

CAMPAÑA Nº 1.3	PROMOCIÓN DE LAS AYUDAS EUROPEAS
Objetivo y finalidad: Informar a los ciudadanos en general y a empresas e instituciones públicas y privadas radicadas en la Región de las diferentes líneas de ayudas dirigidas a diferentes sectores establecidas por la Unión Europea y de los procedimientos para acceder a las mismas.	
Coste estimado:	8.000 €
Período de ejecución:	Segundo y tercer cuatrimestre
Medio/s:	Prensa, radio, digital y elementos impresos
Zona de influencia:	Región de Murcia
Población objetivo:	General
Medidas de accesibilidad:	Subtitulación y Audiodescripción
Ámbito:	Administración General

EJE 1. EMPLEO Y ECONOMÍA

CONSEJERÍA DE EMPRESA, INDUSTRIA Y PORTAVOCÍA

DIRECCIÓN GENERAL DE INNOVACIÓN EMPRESARIAL Y DEFENSA DEL AUTÓNOMO Y LA PYME

CAMPAÑA Nº 1.4	PROMOCIÓN DE ACTUACIONES DE DEFENSA DEL AUTÓNOMO Y DE LA OFICINA DE DEFENSA DEL AUTÓNOMO Y LA PYME “DEPA”
Objetivo y finalidad: Informar a los autonómos y pequeños y medianos empresarios radicados en la Región de Murcia de las medidas de apoyo a sus actividades que pone a su disposición la Administración Regional.	
Coste estimado:	7.000 €
Período de ejecución:	Segundo y tercer cuatrimestre
Medio/s:	Prensa, radio, digital y elementos impresos
Zona de influencia:	Región de Murcia
Población objetivo:	General
Medidas de accesibilidad:	Subtitulación y Audiodescripción
Ámbito:	Administración General

EJE 1. EMPLEO Y ECONOMÍA

CONSEJERÍA DE EMPRESA, INDUSTRIA Y PORTAVOCÍA

DIRECCIÓN GENERAL DE ENERGÍA Y ACTIVIDAD INDUSTRIAL Y MINERA

CAMPAÑA Nº 1.5	CONCIENCIACIÓN DE LA SEGURIDAD INDUSTRIAL E INSPECCIÓN 2020
Objetivo y finalidad: Incrementar la formación y mentalización de los trabajadores del sector industrial y de sus empleadores en materia de seguridad.	
Coste estimado:	5.000 €
Período de ejecución:	Segundo cuatrimestre
Medio/s:	Digital, elementos impresos y marketing postal
Zona de influencia:	Región de Murcia
Población objetivo:	Empresarios
Medidas de accesibilidad:	Subtitulación y Audiodescripción
Ámbito:	Administración General

EJE 1. EMPLEO Y ECONOMÍA

CONSEJERÍA DE EMPRESA, INDUSTRIA Y PORTAVOCÍA

DIRECCIÓN GENERAL DE COMERCIO, CONSUMO Y ARTESANÍA

CAMPAÑA Nº 1.6	MUESTRA REGIONAL DE ARTESANÍA DE NAVIDAD
Objetivo y finalidad: Dar a conocer entre los ciudadanos la existencia de la Muestra de Artesanía de Navidad e informar de las actividades programadas durante su celebración.	
Coste estimado:	5.000 €
Período de ejecución:	Tercer cuatrimestre
Medio/s:	Prensa, radio, exterior, digital y elementos impresos
Zona de influencia:	Región de Murcia
Población objetivo:	General
Medidas de accesibilidad:	Subtitulación y Audiodescripción
Ámbito:	Administración General

EJE 1. EMPLEO Y ECONOMÍA

CONSEJERÍA DE EMPRESA, INDUSTRIA Y PORTAVOCÍA

DIRECCIÓN GENERAL DE COMERCIO, CONSUMO Y ARTESANÍA

CAMPAÑA Nº 1.7	TALLERES ARTESANOS Y CENTROS REGIONALES DE ARTESANÍA
Objetivo y finalidad: Fomentar el consumo de productos y objetos artesanos realizados por profesionales y talleres de este sector establecidos en la Región de Murcia y estimular las visitas a los Centros de Artesanía de Murcia, Cartagena y Lorca.	
Coste estimado:	8.000 €
Período de ejecución:	Anual
Medio/s:	Prensa, radio, digital y elementos impresos
Zona de influencia:	Región de Murcia
Población objetivo:	General
Medidas de accesibilidad:	Subtitulación y Audiodescripción
Ámbito:	Administración General

EJE 1. EMPLEO Y ECONOMÍA

CONSEJERÍA DE EMPRESA, INDUSTRIA Y PORTAVOCÍA

DIRECCIÓN GENERAL DE COMERCIO, CONSUMO Y ARTESANÍA

CAMPAÑA Nº 1.8	PROMOCIÓN DEL PEQUEÑO COMERCIO
Objetivo y finalidad: Dar a conocer entre los pequeños comerciantes de la Región de Murcia de las líneas de apoyo a la actividad de este sector establecidas por la Administración Autonómica.	
Coste estimado:	8.000 €
Período de ejecución:	Anual
Medio/s:	Prensa, radio, digital y elementos impresos
Zona de influencia:	Región de Murcia
Población objetivo:	General
Medidas de accesibilidad:	Subtitulación y Audiodescripción
Ámbito:	Administración General

EJE 1. EMPLEO Y ECONOMÍA

CONSEJERÍA DE EMPRESA, INDUSTRIA Y PORTAVOCÍA

DIRECCIÓN GENERAL DE COMERCIO, CONSUMO Y ARTESANÍA

CAMPAÑA Nº 1.9	SERVICIO DE DEFENSA DEL CONSUMIDOR
Objetivo y finalidad: Dar a conocer los servicios que la Administración Regional pone a disposición de los ciudadanos para que puedan defender sus derechos como consumidores.	
Coste estimado:	5.000 €
Período de ejecución:	Segundo cuatrimestre
Medio/s:	Prensa, radio, digital y elementos impresos
Zona de influencia:	Región de Murcia
Población objetivo:	General
Medidas de accesibilidad:	Subtitulación y Audiodescripción
Ámbito:	Administración General

EJE 1. EMPLEO Y ECONOMÍA

CONSEJERÍA DE EMPRESA, INDUSTRIA Y PORTAVOCÍA

INSTITUTO DE FOMENTO DE LA REGIÓN DE MURCIA

CAMPAÑA Nº 1.10	DIFUSIÓN DE SERVICIOS, PROYECTOS, PROGRAMAS, CONVOCATORIAS DE SUBVENCIONES Y OTRAS ACTIVIDADES DEL INSTITUTO DE FOMENTO
Objetivo y finalidad: Dar a conocer los servicios, proyectos, actividades y programas, así como las convocatorias de subvenciones del Instituto de Fomento.	
Coste estimado:	490.000 €
Período de ejecución:	Anual
Medio/s:	Eventos, jornadas, talleres, vídeos, publicidad on line y offline...
Zona de influencia:	Región de Murcia
Población objetivo:	Empresarios y emprendedores de la región
Medidas de accesibilidad:	Subtitulación y Audiodescripción
Ámbito:	Sector Público

EJE 1. EMPLEO Y ECONOMÍA

CONSEJERÍA DE EMPLEO, INVESTIGACIÓN Y UNIVERSIDADES

DIRECCIÓN GENERAL DE DIÁLOGO SOCIAL Y BIENESTAR LABORAL

CAMPAÑA Nº 1.11	I+D+i COMO MOTOR DE EMPLEO
Objetivo y finalidad: Difundir las ayudas públicas para proyectos de +D+i como generadores de empleo.	
Coste estimado:	8.000 €
Período de ejecución:	Tercer cuatrimestre
Medio/s:	Prensa, radio y digital
Zona de influencia:	Región de Murcia
Población objetivo:	Empresarios y trabajadores
Medidas de accesibilidad:	Subtitulación y Audiodescripción
Ámbito:	Administración General

EJE 1. EMPLEO Y ECONOMÍA

CONSEJERÍA DE EMPLEO, INVESTIGACIÓN Y UNIVERSIDADES

SERVICIO REGIONAL DE EMPLEO Y FORMACIÓN

CAMPAÑA Nº 1.12	ACCESO AL EMPLEO / AUTOEMPLEO
Objetivo y finalidad: Dar a conocer las nuevas líneas de actuación del SEF para facilitar el acceso al empleo y al autoempleo que pasan por la apuesta por nuevos nichos de empleo y novedosas fórmulas de emprendimiento.	
Coste estimado:	10.000 €
Período de ejecución:	Segundo y tercer cuatrimestre
Medio/s:	Digital
Zona de influencia:	Región de Murcia
Población objetivo:	General
Medidas de accesibilidad:	Subtitulación y Audiodescripción
Ámbito:	Sector Público

EJE 1. EMPLEO Y ECONOMÍA

CONSEJERÍA DE EMPLEO, INVESTIGACIÓN Y UNIVERSIDADES

SERVICIO REGIONAL DE EMPLEO Y FORMACIÓN

CAMPAÑA Nº 1.13	EL SEF MÁS CERCA DE LAS EMPRESAS
Objetivo y finalidad: Dar a conocer a las empresas y autónomos 'SEF Empresas', unidad específica de servicios gratuitos al empleador. El objetivo es impulsar la labor de orientación y prospección del SEF.	
Coste estimado:	15.000 €
Período de ejecución:	Segundo y tercer cuatrimestre
Medio/s:	Prensa, radio, televisión, exterior y digital
Zona de influencia:	Región de Murcia
Población objetivo:	Empresarios, pymes y autónomos
Medidas de accesibilidad:	Subtitulación y Audiodescripción
Ámbito:	Sector Público

EJE 1. EMPLEO Y ECONOMÍA

CONSEJERÍA DE EMPLEO, INVESTIGACIÓN Y UNIVERSIDADES

SERVICIO REGIONAL DE EMPLEO Y FORMACIÓN

CAMPAÑA Nº 1.14	FORMACIÓN SEF
Objetivo y finalidad: Dar a conocer las nuevas líneas de actuación del SEF para Impulsar la formación como pieza clave para el empleo apostando por la teleformación y la cualificación en nuevas profesiones.	
Coste estimado:	10.000 €
Período de ejecución:	Segundo y tercer cuatrimestre
Medio/s:	Digital
Zona de influencia:	Región de Murcia
Población objetivo:	Desempleados y trabajadores
Medidas de accesibilidad:	Subtitulación y Audiodescripción
Ámbito:	Sector Público

EJE 1. EMPLEO Y ECONOMÍA

CONSEJERÍA DE EMPLEO, INVESTIGACIÓN Y UNIVERSIDADES

SERVICIO REGIONAL DE EMPLEO Y FORMACIÓN

CAMPAÑA Nº 1.15	PROMOCIÓN DEL SERVICIO REGIONAL DE EMPLEO Y FORMACIÓN
Objetivo y finalidad: Dar a conocer las actividades y programas del Servicio de Empleo y Formación.	
Coste estimado:	6.000 €
Período de ejecución:	Segundo y tercer cuatrimestre
Medio/s:	Digital
Zona de influencia:	Región de Murcia
Población objetivo:	General
Medidas de accesibilidad:	Subtitulación y Audiodescripción
Ámbito:	Sector Público

EJE 1. EMPLEO Y ECONOMÍA

CONSEJERÍA DE PRESIDENCIA Y HACIENDA

AGENCIA TRIBUTARIA DE LA REGIÓN DE MURCIA

CAMPAÑA Nº 1.16	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:	11.700 €
Período de ejecución:	Tercer cuatrimestre
Medio/s:	Prensa, radio, exterior y digital
Zona de influencia:	Región de Murcia
Población objetivo:	General
Medidas de accesibilidad:	Subtitulación y Audiodescripción
Ámbito:	Sector Público

EJE 1. EMPLEO Y ECONOMÍA

CONSEJERÍA DE PRESIDENCIA Y HACIENDA

AGENCIA TRIBUTARIA DE LA REGIÓN DE MURCIA

CAMPAÑA Nº 1.17	INFORMACIÓN Y ASISTENCIA EN EL CUMPLIMIENTO DE LAS OBLIGACIONES FISCALES
Objetivo y finalidad: Informar al ciudadano sobre las medidas de transcendencia tributaria includias en la Ley de Presupuestos del ejercicio 2020 y asistirlo para garantizar el correcto cumplimiento de sus obligaciones tributarias.	
Coste estimado:	24.150 €
Período de ejecución:	Primer y segundo cuatrimestre
Medio/s:	Prensa, radio y digital
Zona de influencia:	Región de Murcia
Población objetivo:	General
Medidas de accesibilidad:	Subtitulación y Audiodescripción
Ámbito:	Sector Público

EJE 1. EMPLEO Y ECONOMÍA

CONSEJERÍA DE PRESIDENCIA Y HACIENDA

BOLETÍN OFICIAL DE LA REGIÓN DE MURCIA

CAMPAÑA Nº 1.18	BORM
Objetivo y finalidad: Dar a conocer los servicios que ofrece el BORM entre el personal de la Administración Pública de la CARM y de otras administraciones y organismos y entidades públicas de ellas dependientes de la Región de Murcia.	
Coste estimado:	6.000 €
Período de ejecución:	Anual
Medio/s:	Digital y elementos impresos
Zona de influencia:	Región de Murcia
Población objetivo:	Personal de las administraciones públicas
Medidas de accesibilidad:	Subtitulación y Audiodescripción
Ámbito:	Sector Público

EJE 1. EMPLEO Y ECONOMÍA

CONSEJERÍA DE PRESIDENCIA Y HACIENDA

INSTITUTO DE CRÉDITO Y FINANZAS

CAMPAÑA Nº 1.19	PROMOCIÓN PRODUCTOS ICREF
Objetivo y finalidad: Promocionar los mecanismos de apoyo e impulso financiero público que el ICREF ofrece al sector productivo regional como pueden ser nuevas líneas de financiación para proyectos socialmente responsables en el ámbito privado, líneas financia-100 para autónomos y pymes, línea financia-Agro para el sector agrario y agroalimentario y la Línea DANA destinada a las pymes y autónomos damnificados, así como la Educación Financiera en el ámbito de la Comunidad Autónoma.	
Coste estimado:	12.000 €
Período de ejecución:	Segundo y tercer cuatrimestre
Medio/s:	Prensa , radio, televisión, digital, elementos impresos y eventos
Zona de influencia:	Región de Murcia
Población objetivo:	Empresarios, autónomos y emprendedores
Medidas de accesibilidad:	Subtitulación y Audiodescripción
Ámbito:	Sector Público

EJE 2. SALUD

CONSEJERÍA DE TURISMO, JUVENTUD Y DEPORTES

DIRECCIÓN GENERAL DE DEPORTES

CAMPAÑA Nº 2.1	HÁBITOS DEPORTIVOS SALUDABLES
Objetivo y finalidad: Fomentar entre los ciudadanos la práctica deportiva no profesional como instrumento para mejorar la salud.	
Coste estimado:	10.000 €
Período de ejecución:	Segundo cuatrimestre
Medio/s:	Prensa, radio, digital y elementos impresos
Zona de influencia:	Región de Murcia
Población objetivo:	General
Medidas de accesibilidad:	Subtitulación y Audiodescripción
Ámbito:	Administración General

EJE 2. SALUD

CONSEJERÍA DE SALUD

DIRECCIÓN GENERAL DE SALUD PÚBLICA Y ADICCIONES

CAMPAÑA Nº 2.2	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:	18.000 €
Período de ejecución:	Tercer cuatrimestre
Medio/s:	Prensa, radio, televisión y digital
Zona de influencia:	Región de Murcia
Población objetivo:	General
Medidas de accesibilidad:	Subtitulación y Audiodescripción
Ámbito:	Administración General

EJE 2. SALUD

CONSEJERÍA DE SALUD

DIRECCIÓN GENERAL DE SALUD PÚBLICA Y ADICCIONES

CAMPAÑA Nº 2.3	ENVEJECIMIENTO ACTIVO
Objetivo y finalidad: Promocionar actividades mediante las que optimizar las oportunidades de bienestar físico, social y mental durante toda la vida, con el objetivo de ampliar la esperanza de vida saludable, la productividad y la calidad de vida en la vejez.	
Coste estimado:	8.000 €
Período de ejecución:	Segundo cuatrimestre
Medio/s:	Prensa, radio y digital
Zona de influencia:	Región de Murcia
Población objetivo:	General
Medidas de accesibilidad:	Subtitulación y Audiodescripción
Ámbito:	Administración General

EJE 2. SALUD

CONSEJERÍA DE SALUD

DIRECCIÓN GENERAL DE SALUD PÚBLICA Y ADICCIONES

CAMPAÑA Nº 2.4	MOSQUITO TIGRE
Objetivo y finalidad: Alertar la población de la Región de Murcia de los peligros que entraña la proliferación del mosquito tigre y, muy especialmente, facilitar información y consejos sobre las acciones cívicas más adecuadas para dificultar la reproducción de este insecto.	
Coste estimado:	17.000 €
Período de ejecución:	Segundo cuatrimestre
Medio/s:	Radio, televisión y digital
Zona de influencia:	Región de Murcia
Población objetivo:	General
Medidas de accesibilidad:	Subtitulación y Audiodescripción
Ámbito:	Administración General

EJE 2. SALUD

CONSEJERÍA DE SALUD

DIRECCIÓN GENERAL DE SALUD PÚBLICA Y ADICCIONES

CAMPAÑA Nº 2.5	ADICCIÓN AL MÓVIL
Objetivo y finalidad: Concienciar a la población acerca del incremento de los trastornos relacionados con la adicción al uso de dispositivos móviles y de la necesidad de hacer un uso adecuado, controlado, seguro y responsable de los mismos.	
Coste estimado:	9.000 €
Período de ejecución:	Primer cuatrimestre
Medio/s:	Digital
Zona de influencia:	Región de Murcia
Población objetivo:	General
Medidas de accesibilidad:	Subtitulación y Audiodescripción
Ámbito:	Administración General

EJE 2. SALUD

CONSEJERÍA DE SALUD

DIRECCIÓN GENERAL DE SALUD PÚBLICA Y ADICCIONES

CAMPAÑA Nº 2.6	ENFERMEDADES DE TRANSMISIÓN SEXUAL
Objetivo y finalidad: Reducir la incidencia de las Enfermedades de Transmisión Sexual especialmente entre los jóvenes informando acerca de cómo se transmiten, previenen y tratan dichas infecciones y concienciando acerca de la importancia del uso de medidas de protección del contagio.	
Coste estimado:	9.000 €
Período de ejecución:	Primer cuatrimestre
Medio/s:	Digital
Zona de influencia:	Región de Murcia
Población objetivo:	General
Medidas de accesibilidad:	Subtitulación y Audiodescripción
Ámbito:	Administración General

EJE 2. SALUD

CONSEJERÍA DE SALUD

DIRECCIÓN GENERAL DE SALUD PÚBLICA Y ADICCIONES

CAMPAÑA Nº 2.7	CAMPAÑA CONTRA EL TABACO
Objetivo y finalidad: Sensibilizar a la población en general sobre los efectos nocivos del tabaquismo, fomentar el abanodono del mismo y prevenir su consumo.	
Coste estimado:	11.000 €
Período de ejecución:	Tercer cuatrimestre
Medio/s:	Prensa, radio, televisión y digital
Zona de influencia:	Región de Murcia
Población objetivo:	General
Medidas de accesibilidad:	Subtitulación y Audiodescripción
Ámbito:	Administración General

EJE 2. SALUD

CONSEJERÍA DE SALUD

DIRECCIÓN GENERAL DE SALUD PÚBLICA Y ADICCIONES

CAMPAÑA Nº 2.8	PREVENCIÓN DE LA OBESIDAD INFANTIL
Objetivo y finalidad: Promocionar habitos y actividades saludables tendentes a prevenir y disminuir la obesidad infantil.	
Coste estimado:	9.000 €
Período de ejecución:	Tercer cuatrimestre
Medio/s:	Prensa, radio, televisión y digital
Zona de influencia:	Región de Murcia
Población objetivo:	Niños y familias
Medidas de accesibilidad:	Subtitulación y Audiodescripción
Ámbito:	Administración General

EJE 2. SALUD

CONSEJERÍA DE EMPLEO, INVESTIGACIÓN Y UNIVERSIDADES

DIRECCIÓN GENERAL DE DIÁLOGO SOCIAL Y BIENESTAR LABORAL

CAMPAÑA Nº 2.9	PREVENCIÓN DE LOS RIESGOS LABORALES
Objetivo y finalidad: Concienciar y sensibilizar a trabajadores y empresas sobre la importancia de cumplir con la normativa de prevención de riesgos laborales**.**	
Coste estimado:	12.000 €
Período de ejecución:	Segundo cuatrimestre
Medio/s:	Prensa, radio, televisión y digital
Zona de influencia:	Región de Murcia
Población objetivo:	Empresarios y trabajadores
Medidas de accesibilidad:	Subtitulación y Audiodescripción
Ámbito:	Administración General

EJE 2. SALUD

CONSEJERÍA DE SALUD

SERVICIO MURCIANO DE SALUD

CAMPAÑA Nº 2.10	PORTAL DEL PACIENTE
Objetivo y finalidad: Fomentar el uso del Portal del Paciente entre los usuarios del SMS.	
Coste estimado:	26.000 €
Período de ejecución:	Segundo y tercer cuatrimestre
Medio/s:	Radio, televisión y digital
Zona de influencia:	Región de Murcia
Población objetivo:	General
Medidas de accesibilidad:	Subtitulación y Audiodescripción
Ámbito:	Sector Público

EJE 2. SALUD

CONSEJERÍA DE SALUD

FUNDACIÓN PARA LA FORMACIÓN E INVESTIGACIÓN SANITARIAS DE LA REGIÓN DE MURCIA

CAMPAÑA Nº 2.11	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:	15.000 €
Período de ejecución:	Segundo y tercer cuatrimestre
Medio/s:	Prensa, digital, elementos impresos y artículos publicitarios
Zona de influencia:	Región de Murcia
Población objetivo:	General
Medidas de accesibilidad:	Subtitulación y Audiodescripción
Ámbito:	Sector Público

EJE 3. EDUCACIÓN Y JUVENTUD

CONSEJERÍA DE TURISMO, JUVENTUD Y DEPORTES

DIRECCIÓN GENERAL DE JUVENTUD

CAMPAÑA Nº 3.1	DESARROLLO DE ACCIONES DEL PLAN REGIONAL DE JUVENTUD 2019-2023
Objetivo y finalidad: Impulsar la participación de los jóvenes en la aplicación del Plan de Juventud 2019-2013 y dar a conocer su contenido**.**	
Coste estimado:	18.000 €
Período de ejecución:	Primer cuatrimestre
Medio/s:	Prensa, cine, exterior y digital
Zona de influencia:	Región de Murcia
Población objetivo:	Jovenes
Medidas de accesibilidad:	Subtitulación y Audiodescripción
Ámbito:	Administración General

EJE 3. EDUCACIÓN Y JUVENTUD

CONSEJERÍA DE TURISMO, JUVENTUD Y DEPORTES

DIRECCIÓN GENERAL DE JUVENTUD

CAMPAÑA Nº 3.2	FOMENTO DEL CARNÉ JOVEN
Objetivo y finalidad: Informar sobre la existencia del Carné Joven en la Región de Murcia y de las ventajas que ofrece a los jóvenes que disponen de esta acreditación.	
Coste estimado:	8.000 €
Período de ejecución:	Tercer cuatrimestre
Medio/s:	Digital y elementos impresos
Zona de influencia:	Región de Murcia
Población objetivo:	Jovenes
Medidas de accesibilidad:	Subtitulación y Audiodescripción
Ámbito:	Administración General

EJE 3. EDUCACIÓN Y JUVENTUD

CONSEJERÍA DE EDUCACIÓN Y CULTURA

DIRECCIÓN GENERAL DE INNOVACIÓN EDUCATIVA Y ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD

CAMPAÑA Nº 3.3	ESTRATEGIA PARA EL ÉXITO EDUCATIVO: OBJETIVO 2020
Objetivo y finalidad: Dar a conocer a docentes, alumnos y familias las medidas recogidas en el Plan de Éxito Educativo, con el objetivo de reducir la tasa de abandono educativo temprano en la Región.	
Coste estimado:	12.000 €
Período de ejecución:	Segundo y tercer cuatrimestre
Medio/s:	Prensa, radio y digital
Zona de influencia:	Región de Murcia
Población objetivo:	General
Medidas de accesibilidad:	Subtitulación y Audiodescripción
Ámbito:	Administración General

EJE 4. TECNOLOGÍA E INVESTIGACIÓN

CONSEJERÍA DE PRESIDENCIA Y HACIENDA

DIRECCIÓN GENERAL DE INFORMÁTICA CORPORATIVA

CAMPAÑA Nº 4.1	INFORMACIÓN TDTS
Objetivo y finalidad: Dar a conocer entre los ciudadanos la implantación en todo el país de un plan de redistribución de frecuencias de Televisión Digital Terrestre (TDT) que hará necesaria la resintonización de señal de los canales disponibles en la Región de Murcia.	
Coste estimado:	18.000 €
Período de ejecución:	Primer cuatrimestre
Medio/s:	Prensa, radio, televisión y digital
Zona de influencia:	Región de Murcia
Población objetivo:	General
Medidas de accesibilidad:	Subtitulación y Audiodescripción
Ámbito:	Administración General

EJE 4. TECNOLOGÍA E INVESTIGACIÓN

CONSEJERÍA DE PRESIDENCIA Y HACIENDA

DIRECCIÓN GENERAL DE INFORMÁTICA CORPORATIVA

CAMPAÑA Nº 4.2	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:	25.000 €
Período de ejecución:	Segundo cuatrimestre
Medio/s:	Prensa, radio y digital
Zona de influencia:	Región de Murcia
Población objetivo:	General
Medidas de accesibilidad:	Subtitulación y Audiodescripción
Ámbito:	Administración General
Fondos Europeos:	Sí

EJE 4. TECNOLOGÍA E INVESTIGACIÓN

CONSEJERÍA DE PRESIDENCIA Y HACIENDA

DIRECCIÓN GENERAL DE INFORMÁTICA CORPORATIVA

CAMPAÑA Nº 4.3	PAEMUR: LA ADMINISTRACIÓN ELECTRÓNICA EN LOS PEQUEÑOS MUNICIPIOS DE LA REGIÓN DE MURCIA
Objetivo y finalidad: Informar a los ciudadanos de la Región, haciendo foco en los habitantes de localidades pequeñas, que su Ayuntamiento va a estar preparado para relacionarse con ellos de forma electrónica, gracias al proyecto PAEMUR de la Comunidad Autónoma, financiado con fondos FEDER.	
Coste estimado:	6.000 €
Período de ejecución:	Tercer cuatrimestre
Medio/s:	Prensa, radio, televisión y marketing postal
Zona de influencia:	Municipios de menos de 20.000 habitantes
Población objetivo:	General
Medidas de accesibilidad:	Subtitulación y Audiodescripción
Ámbito:	Administración General
Fondos Europeos:	Sí

EJE 4. TECNOLOGÍA E INVESTIGACIÓN

CONSEJERÍA DE PRESIDENCIA Y HACIENDA

DIRECCIÓN GENERAL DE ESTRATEGIA Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL

CAMPAÑA Nº 4.4	SMART REGIÓN
Objetivo y finalidad: Promocionar y dar a conocer el proyecto SMART REGION: Plataforma Smart City de ámbito regional.	
Coste estimado:	3.000 €
Período de ejecución:	Segundo y tercer cuatrimestre
Medio/s:	Digital
Zona de influencia:	Región de Murcia
Población objetivo:	General, personal de la administración y empresarios
Medidas de accesibilidad:	Subtitulación y Audiodescripción
Ámbito:	Administración General

EJE 4. TECNOLOGÍA E INVESTIGACIÓN

CONSEJERÍA DE PRESIDENCIA Y HACIENDA

DIRECCIÓN GENERAL DE ESTRATEGIA Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL

CAMPAÑA Nº 4.5	IMPULSO A LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL EN LA REGIÓN DE MURCIA
Objetivo y finalidad: Hacer llegar a toda la sociedad en general, y a los sectores relacionados con la administración de forma específica, la necesidad de abordar y aprovechar las oportunidades del proceso de transformación digital en el que estamos inmersos.	
Coste estimado:	12.000 €
Período de ejecución:	Anual
Medio/s:	Digital
Zona de influencia:	Región de Murcia
Población objetivo:	General, personal de la administración y empresarios
Medidas de accesibilidad:	Subtitulación y Audiodescripción
Ámbito:	Administración General

EJE 4. TECNOLOGÍA E INVESTIGACIÓN

CONSEJERÍA DE EMPRESA, INDUSTRIA Y PORTAVOCÍA

DIRECCIÓN GENERAL DE INNOVACIÓN EMPRESARIAL Y DEFENSA DEL AUTÓNOMO Y LA PYME

CAMPAÑA Nº 4.6	FOMENTO DEL NEGOCIO ELECTRÓNICO
Objetivo y finalidad: Fomentar el conocimiento entre empresarios y emprendedores de las ventajas de las incorporación del comercio electrónico en sus negocios e informar de las medidas de apoyo establecidas por la Administración Regional con este objetivo.	
Coste estimado:	10.000 €
Período de ejecución:	Segundo y tercer cuatrimestre
Medio/s:	Digital
Zona de influencia:	Región de Murcia
Población objetivo:	Empresarios y emprendedores
Medidas de accesibilidad:	Subtitulación y Audiodescripción
Ámbito:	Administración General

EJE 4. TECNOLOGÍA E INVESTIGACIÓN

CONSEJERÍA DE PRESIDENCIA Y HACIENDA

FUNDACIÓN INTEGRA

CAMPAÑA Nº 4.7	FORO SMART
Objetivo y finalidad: Invitar a asistir y a participar en el Foro regional de negocio electrónico.	
Coste estimado:	15.000 €
Período de ejecución:	Tercer cuatrimestre
Medio/s:	Digital
Zona de influencia:	Región de Murcia
Población objetivo:	Emprendedores
Medidas de accesibilidad:	Subtitulación y Audiodescripción
Ámbito:	Sector Público
Fondos Europeos:	Sí

EJE 4. TECNOLOGÍA E INVESTIGACIÓN

CONSEJERÍA DE PRESIDENCIA Y HACIENDA

FUNDACIÓN INTEGRA

CAMPAÑA Nº 4.8	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:	2.500 €
Período de ejecución:	Tercer cuatrimestre
Medio/s:	Digital
Zona de influencia:	Región de Murcia
Población objetivo:	General
Medidas de accesibilidad:	Subtitulación y Audiodescripción
Ámbito:	Sector Público
Fondos Europeos:	Sí

EJE 4. TECNOLOGÍA E INVESTIGACIÓN

CONSEJERÍA DE PRESIDENCIA Y HACIENDA

FUNDACIÓN INTEGRA

CAMPAÑA Nº 4.9	CURSOS FORMACARM
Objetivo y finalidad: Fomentar el seguimiento de cursos on-line gratuitos de la plataforma regional Form@carm.	
Coste estimado:	2.500 €
Período de ejecución:	Tercer cuatrimestre
Medio/s:	Digital
Zona de influencia:	Región de Murcia
Población objetivo:	General
Medidas de accesibilidad:	Subtitulación y Audiodescripción
Ámbito:	Sector Público
Fondos Europeos:	Sí

EJE 4. TECNOLOGÍA E INVESTIGACIÓN

CONSEJERÍA DE PRESIDENCIA Y HACIENDA

FUNDACIÓN INTEGRA

CAMPAÑA Nº 4.10	REPLAY
Objetivo y finalidad: Dar a conocer la plataforma regional de retransmisión de plenos municipales, REPLAY, que gestiona la Fundación Integra.	
Coste estimado:	2.500 €
Período de ejecución:	Tercer cuatrimestre
Medio/s:	Digital
Zona de influencia:	Región de Murcia
Población objetivo:	General
Medidas de accesibilidad:	Subtitulación y Audiodescripción
Ámbito:	Sector Público
Fondos Europeos:	Sí

EJE 4. TECNOLOGÍA E INVESTIGACIÓN

CONSEJERÍA DE PRESIDENCIA Y HACIENDA

FUNDACIÓN INTEGRA

CAMPAÑA Nº 4.11	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:	7.500 €
Período de ejecución:	Tercer cuatrimestre
Medio/s:	Exterior y digital
Zona de influencia:	Región de Murcia
Población objetivo:	General
Medidas de accesibilidad:	Subtitulación y Audiodescripción
Ámbito:	Sector Público
Fondos Europeos:	Sí

EJE 4. TECNOLOGÍA E INVESTIGACIÓN

CONSEJERÍA DE PRESIDENCIA Y HACIENDA

FUNDACIÓN INTEGRA

CAMPAÑA Nº 4.12	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:	2.500 €
Período de ejecución:	Segundo y tercer cuatrimestre
Medio/s:	Digital
Zona de influencia:	Región de Murcia
Población objetivo:	General
Medidas de accesibilidad:	Subtitulación y Audiodescripción
Ámbito:	Sector Público
Fondos Europeos:	Sí

EJE 4. TECNOLOGÍA E INVESTIGACIÓN

CONSEJERÍA DE PRESIDENCIA Y HACIENDA

FUNDACIÓN INTEGRA

CAMPAÑA Nº 4.13	FORO TRANSFORMACIÓN DIGITAL EN EDUCACIÓN
Objetivo y finalidad: Invitar a asistir y participar en el l Foro de Transformación Digital en Educacion.	
Coste estimado:	2.500 €
Período de ejecución:	Segundo cuatrimestre
Medio/s:	Digital
Zona de influencia:	Región de Murcia
Población objetivo:	Profesores, alumnos y AMPAS
Medidas de accesibilidad:	Subtitulación y Audiodescripción
Ámbito:	Sector Público
Fondos Europeos:	Sí

EJE 4. TECNOLOGÍA E INVESTIGACIÓN

CONSEJERÍA DE PRESIDENCIA Y HACIENDA

FUNDACIÓN INTEGRA

CAMPAÑA Nº 4.14	FORO BLOCKCHAIN Y SOCIEDAD
Objetivo y finalidad: Invitar a asistir y participar en el Foro de Tecnología Blockchain y Sociedad.	
Coste estimado:	2.500 €
Período de ejecución:	Tercer cuatrimestre
Medio/s:	Digital
Zona de influencia:	Región de Murcia y nacional
Población objetivo:	Personal de la administración, emprendedores y empresarios
Medidas de accesibilidad:	Subtitulación y Audiodescripción
Ámbito:	Sector Público
Fondos Europeos:	Sí

EJE 4. TECNOLOGÍA E INVESTIGACIÓN

CONSEJERÍA DE EMPLEO, INVESTIGACIÓN Y UNIVERSIDADES

FUNDACIÓN SÉNECA

CAMPAÑA Nº 4.15	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:	17.700 €
Período de ejecución:	Tercer cuatrimestre
Medio/s:	Prensa y elementos impresos
Zona de influencia:	Región de Murcia
Población objetivo:	General
Medidas de accesibilidad:	Subtitulación y Audiodescripción
Ámbito:	Sector Público

EJE 5. INFRAESTRUCTURAS Y SEGURIDAD

CONSEJERÍA DE PRESIDENCIA Y HACIENDA

DIRECCIÓN GENERAL DE ADMINISTRACIÓN LOCAL

CAMPAÑA Nº 5.1	PLAN DE PEDANÍAS, DIPUTACIONES, BARRIOS PERIFÉRICOS Y/O DEPRIMIDOS / PLAN DE OBRAS Y SERVICIOS
Objetivo y finalidad: Informar a los ciudadanos de las obras en infraestructuras básicas y otras de competencia municipal que se acometerán con financiación autonómica tanto en los municipios con menos de 50.000 habitantes (Plan de Pedanías, Diputaciones, Barrios Periféricos y/o Deprimidos) como en los de más de 50.000 habitantes (Plan de Cooperación de Obras y Servicios).	
Coste estimado:	22.000 €
Período de ejecución:	Anual
Medio/s:	Exterior
Zona de influencia:	Región de Murcia
Población objetivo:	General
Medidas de accesibilidad:	
Ámbito:	Administración General

EJE 5. INFRAESTRUCTURAS Y SEGURIDAD

CONSEJERÍA DE TRANSPARENCIA, PARTICIPACIÓN Y ADMINISTRACIÓN PÚBLICA

DIRECCIÓN GENERAL DE SEGURIDAD CIUDADANA Y EMERGENCIAS

CAMPAÑA Nº 5.2	PLAN COPLA / PLAN INFOMUR
Objetivo y finalidad: Informar a los ciudadanos de los servicios de vigilancia y rescate en playas y salvamento en el mar (Plan Copla) y de prevención y extinción de incendios (Plan Infomur) que la Administración Regional activa durante el periodo estival.	
Coste estimado:	11.000 €
Período de ejecución:	Segundo cuatrimestre
Medio/s:	Prensa, radio, televisión, exterior y digital
Zona de influencia:	Región de Murcia
Población objetivo:	General
Medidas de accesibilidad:	Subtitulación y Audiodescripción
Ámbito:	Administración General

EJE 5. INFRAESTRUCTURAS Y SEGURIDAD

CONSEJERÍA DE FOMENTO E INFRAESTRUCTURAS

DIRECCIÓN GENERAL DE VIVIENDA

CAMPAÑA Nº 5.3	SERVICIO DE ORIENTACIÓN Y MEDIACIÓN HIPOTECARIA Y DE LA VIVIENDA DE LA REGIÓN DE MURCIA (SOMH)
Objetivo y finalidad: Informar de los servicios de orientación, asesoramiento, mediación y acompañamiento que ofrece la Consejería de Fomento e Infraestructuras a los ciudadanos de la Región de Murcia con el objetivo de evitar un desahucio ya sea por impago de la hipoteca o el alquiler de su hogar.	
Coste estimado:	10.000 €
Período de ejecución:	Segundo y tercer cuatrimestre
Medio/s:	Prensa, radio y marketing postal
Zona de influencia:	Región de Murcia
Población objetivo:	General
Medidas de accesibilidad:	
Ámbito:	Administración General

EJE 5. INFRAESTRUCTURAS Y SEGURIDAD

CONSEJERÍA DE FOMENTO E INFRAESTRUCTURAS

DIRECCIÓN GENERAL DE MOVILIDAD Y LITORAL

CAMPAÑA Nº 5.4	TRANSPORTE PÚBLICO
Objetivo y finalidad: Concienciar del uso del transporte público.	
Coste estimado:	10.000 €
Período de ejecución:	Segundo y tercer cuatrimestre
Medio/s:	Radio, exterior y digital
Zona de influencia:	Región de Murcia
Población objetivo:	General
Medidas de accesibilidad:	Subtitulación y Audiodescripción
Ámbito:	Administración General

EJE 5. INFRAESTRUCTURAS Y SEGURIDAD

CONSEJERÍA DE FOMENTO E INFRAESTRUCTURAS

DIRECCIÓN GENERAL DE VIVIENDA

CAMPAÑA Nº 5.5	AYUDAS VIVIENDA PROTEGIDA
Objetivo y finalidad: Dar a conocer a jóvenes, familias, personas mayores, personas con discapacidad, familias, constructores y promotores de las ayudas destinadas a la vivienda protegida.	
Coste estimado:	10.000 €
Período de ejecución:	Segundo y tercer cuatrimestre
Medio/s:	Prensa, radio, televisión, digital y marketing postal
Zona de influencia:	Región de Murcia
Población objetivo:	General
Medidas de accesibilidad:	Subtitulación y Audiodescripción
Ámbito:	Administración General

EJE 6. POLÍTICAS SOCIALES

CONSEJERÍA DE MUJER, IGUALDAD, LGTBI, FAMILIAS Y POLÍTICA SOCIAL

DIRECCIÓN GENERAL DE FAMILIAS Y PROTECCIÓN DE MENORES

CAMPAÑA 6.1	APOYO A LA FAMILIA
Objetivo y finalidad: Informar a los ciudadanos sobre qué es el acogimiento y sobre las ventajas a las que pueden optar las familias de acogida: entre otras, remuneración y descuentos en transportes públicos y espectáculos. También se pretende informar 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:	10.000 €
Período de ejecución:	Primer cuatrimestre
Medio/s:	Prensa, radio, elementos impresos y digital
Zona de influencia:	Región de Murcia
Población objetivo:	General
Medidas de accesibilidad:	Subtitulación y Audiodescripción
Ámbito:	Administración General

EJE 6. POLÍTICAS SOCIALES

CONSEJERÍA DE MUJER, IGUALDAD, LGTBI, FAMILIAS Y POLÍTICA SOCIAL

DIRECCIÓN GENERAL DE DE FAMILIA Y PROTECCIÓN DE MENORES

CAMPAÑA Nº 6.2	DERECHOS DE LA INFANCIA
Objetivo y finalidad: Sensibilizar acerca del respeto e impulso de los Derechos de la Infancia y concienciar de la responsabilidad que tienen todas las personas adultas en este sentido.	
Coste estimado:	6.000 €
Período de ejecución:	Primer cuatrimestre
Medio/s:	Prensa, radio, elementos impresos y digital
Zona de influencia:	Región de Murcia
Población objetivo:	General
Medidas de accesibilidad:	Subtitulación y Audiodescripción
Ámbito:	Administración General

EJE 6. POLÍTICAS SOCIALES

CONSEJERÍA DE MUJER, IGUALDAD, LGTBI, FAMILIAS Y POLÍTICA SOCIAL

DIRECCIÓN GENERAL DE MUJER Y DIVERSIDAD DE GÉNERO

CAMPAÑA Nº 6.3	DÍA DE LA MUJER
Objetivo y finalidad: Promover la igualdad efectiva entre hombres y mujeres.	
Coste estimado:	8.000 €
Período de ejecución:	Primer cuatrimestre
Medio/s:	Prensa, radio, elementos impresos y digital
Zona de influencia:	Región de Murcia
Población objetivo:	General
Medidas de accesibilidad:	Subtitulación y Audiodescripción
Ámbito:	Administración General

EJE 6. POLÍTICAS SOCIALES

CONSEJERÍA DE MUJER, IGUALDAD, LGTBI, FAMILIAS Y POLÍTICA SOCIAL

DIRECCIÓN GENERAL DE SERVICIOS SOCIALES Y RELACIONES CON EL TERCER SECTOR

CAMPAÑA Nº 6.4	PROMOCIÓN DE LA INTERCULTURALIDAD
Objetivo y finalidad: Promover el respeto y el reconocimiento de los otros a través de las relaciones interculturales.	
Coste estimado:	8.000 €
Período de ejecución:	Primer cuatrimestre
Medio/s:	Prensa, radio, elementos impresos y digital
Zona de influencia:	Región de Murcia
Población objetivo:	General
Medidas de accesibilidad:	Subtitulación y Audiodescripción
Ámbito:	Administración General

EJE 6. POLÍTICAS SOCIALES

CONSEJERÍA DE MUJER, IGUALDAD, LGTBI, FAMILIAS Y POLÍTICA SOCIAL

DIRECCIÓN GENERAL DE MUJER Y DIVERSIDAD DE GÉNERO

CAMPAÑA Nº 6.5	SENSIBILIZACIÓN POR LA TOLERANCIA
Objetivo y finalidad: Promover valores de igualdad, no violencia y no discriminación hacia el colectivo LGTBI.	
Coste estimado:	8.000 €
Período de ejecución:	Segundo cuatrimestre
Medio/s:	Prensa, radio, elementos impresos y digital
Zona de influencia:	Región de Murcia
Población objetivo:	General
Medidas de accesibilidad:	Subtitulación y Audiodescripción
Ámbito:	Administración General

EJE 6. POLÍTICAS SOCIALES

CONSEJERÍA DE MUJER, IGUALDAD, LGTBI, FAMILIAS Y POLÍTICA SOCIAL

DIRECCIÓN GENERAL DE SERVICIOS SOCIALES Y RELACIONES CON EL TERCER SECTOR

CAMPAÑA Nº 6.6	LUCHA CONTRA LA POBREZA
Objetivo y finalidad: Sensibilizar a la ciudadanía ante la pobreza y la exclusión social.	
Coste estimado:	8.000 €
Período de ejecución:	Segundo cuatrimestre
Medio/s:	Prensa, radio, elementos impresos y digital
Zona de influencia:	Región de Murcia
Población objetivo:	General
Medidas de accesibilidad:	Subtitulación y Audiodescripción
Ámbito:	Administración General

EJE 6. POLÍTICAS SOCIALES

CONSEJERÍA DE MUJER, IGUALDAD, LGTBI, FAMILIAS Y POLÍTICA SOCIAL

DIRECCIÓN GENERAL DE SERVICIOS SOCIALES Y RELACIONES CON EL TERCER SECTOR

CAMPAÑA Nº 6.7	PROMOCIÓN DEL VOLUNTARIADO
Objetivo y finalidad: Difundir los distintos programas y entidades donde colaborar en proyectos de voluntariado.	
Coste estimado:	6.000 €
Período de ejecución:	Tercer cuatrimestre
Medio/s:	Prensa, radio, elementos impresos y digital
Zona de influencia:	Región de Murcia
Población objetivo:	General
Medidas de accesibilidad:	Subtitulación y Audiodescripción
Ámbito:	Administración General

EJE 6. POLÍTICAS SOCIALES

CONSEJERÍA DE MUJER, IGUALDAD, LGTBI, FAMILIAS Y POLÍTICA SOCIAL

DIRECCIÓN GENERAL DE DE FAMILIA Y PROTECCIÓN DE MENORES

CAMPAÑA Nº 6.8	PREVENCIÓN DEL SUICIDIO
Objetivo y finalidad: Concienciar acerca de Prevenir las conductas suicidas y promocionar la imagen positiva de las personas con trastorno mental grave.	
Coste estimado:	6.000 €
Período de ejecución:	Tercer cuatrimestre
Medio/s:	Prensa, radio, elementos impresos y digital
Zona de influencia:	Región de Murcia
Población objetivo:	General
Medidas de accesibilidad:	Subtitulación y Audiodescripción
Ámbito:	Administración General

EJE 6. POLÍTICAS SOCIALES

CONSEJERÍA DE MUJER, IGUALDAD, LGTBI, FAMILIAS Y POLÍTICA SOCIAL

DIRECCIÓN GENERAL DE MUJER Y DIVERSIDAD DE GÉNERO

CAMPAÑA Nº 6.9	CONTRA LA VIOLENCIA
Objetivo y finalidad: Fomentar la prevención de los abusos y agresiones sexuales.	
Coste estimado:	12.000 €
Período de ejecución:	Tercer cuatrimestre
Medio/s:	Prensa, radio, televisión, cine, exterior, digital y elementos impresos
Zona de influencia:	Región de Murcia
Población objetivo:	General
Medidas de accesibilidad:	Subtitulación y Audiodescripción
Ámbito:	Administración General

EJE 6. POLÍTICAS SOCIALES

CONSEJERÍA DE MUJER, IGUALDAD, LGTBI, FAMILIAS Y POLÍTICA SOCIAL

DIRECCIÓN GENERAL DE DE FAMILIA Y PROTECCIÓN DE MENORES

CAMPAÑA Nº 6.10	PROMOCIÓN DE LOS RECURSOS PARA NUESTROS MAYORES
Objetivo y finalidad: Promoción del derecho de las personas mayores a una vida digna, a promover su independencia y a la no discriminación reconociendo su aportación a la sociedad.	
Coste estimado:	8.000 €
Período de ejecución:	Tercer cuatrimestre
Medio/s:	Prensa, radio y elementos impresos
Zona de influencia:	Región de Murcia
Población objetivo:	General
Medidas de accesibilidad:	
Ámbito:	Administración General

EJE 6. POLÍTICAS SOCIALES

CONSEJERÍA DE TRANSPARENCIA, PARTICIPACIÓN Y ADMINISTRACIÓN PÚBLICA

DIRECCIÓN GENERAL DE GOBIERNO ABIERTO Y COOPERACIÓN

CAMPAÑA Nº 6.11	COOPERACIÓN AL DESARROLLO
Objetivo y finalidad: Poner de relieve las actuaciones de cooperación internacional que llevan a cabo diferentes organizaciones humanitarias en el apoyo de la Administración Regional.	
Coste estimado:	7.000 €
Período de ejecución:	Segundo y tercer cuatrimestre
Medio/s:	Prensa y radio
Zona de influencia:	Región de Murcia
Población objetivo:	General
Medidas de accesibilidad:	
Ámbito:	Administración General

EJE 6. POLÍTICAS SOCIALES

CONSEJERÍA DE EMPLEO, INVESTIGACIÓN Y UNIVERSIDADES

DIRECCIÓN GENERAL DE DIÁLOGO SOCIAL Y BIENESTAR LABORAL

CAMPAÑA Nº 6.12	LUCHA CONTRA LA BRECHA SALARIAL
Objetivo y finalidad: Promover la eliminación de la brecha salarial promocionando la política de igual retribución por trabajo de igual valor entre hombres y mujeres.	
Coste estimado:	10.000 €
Período de ejecución:	Segundo cuatrimestre
Medio/s:	Prensa, radio, televisión y digital
Zona de influencia:	Región de Murcia
Población objetivo:	Empresarios y trabajadores
Medidas de accesibilidad:	Subtitulación y Audiodescripción
Ámbito:	Administración General

EJE 7. AGUA Y AGRICULTURA

CONSEJERÍA DE AGUA, AGRICULTURA, GANADERÍA, PESCA Y MEDIO AMBIENTE

DIRECCIÓN GENERAL DE PRODUCCIÓN AGRÍCOLA, GANADERA Y DEL MEDIO MARINO

CAMPAÑA Nº 7.1	PUESTA EN VALOR DE LA EFICIENCIA EN EL USO DEL AGUA Y OTROS RECURSOS Y FUENTES DE ENERGÍA POR LA AGRICULTURA DE LA REGIÓN DE MURCIA
Objetivo y finalidad: Transmitir a los ciudadanos de la Región de Murcia la importancia del uso responsable del agua como recurso vital, limitado y necesario para el desarrollo de la agricultura y de la industria agroalimentaria regional.	
Coste estimado:	15.000, €
Período de ejecución:	Segundo cuatrimestre
Medio/s:	Prensa, radio, televisión y digital
Zona de influencia:	Región de Murcia
Población objetivo:	General
Medidas de accesibilidad:	Subtitulación y Audiodescripción
Ámbito:	Administración General

EJE 7. AGUA Y AGRICULTURA

CONSEJERÍA DE AGUA, AGRICULTURA, GANADERÍA, PESCA Y MEDIO AMBIENTE

DIRECCIÓN GENERAL DE PRODUCCIÓN AGRÍCOLA, GANADERA Y DEL MEDIO MARINO

CAMPAÑA Nº 7.2	CAMPAÑA PARA PONER EN VALOR LO QUE APORTA EL GANADERO A LA SOCIEDAD
Objetivo y finalidad: Difundir la importancia del sector ganadero en la Región de Murcia y lo que supone para la economía regional.	
Coste estimado:	9.000 €
Período de ejecución:	Tercer cuatrimestre
Medio/s:	Prensa, radio, televisión, exterior y digital
Zona de influencia:	Región de Murcia
Población objetivo:	General
Medidas de accesibilidad:	Subtitulación y Audiodescripción
Ámbito:	Administración General

EJE 7. AGUA Y AGRICULTURA

CONSEJERÍA DE AGUA, AGRICULTURA, GANADERÍA, PESCA Y MEDIO AMBIENTE

DIRECCIÓN GENERAL DE PRODUCCIÓN AGRÍCOLA, GANADERA Y DEL MEDIO MARINO

CAMPAÑA Nº 7.3	GRACIAS AGRICULTOR
Objetivo y finalidad: Valorizar la figura del agricultor, dándole la importancia que merece y el agradecimiento a su labor.	
Coste estimado:	13.000 €
Período de ejecución:	Segundo cuatrimestre
Medio/s:	Prensa, radio, televisión y digital
Zona de influencia:	Región de Murcia
Población objetivo:	General
Medidas de accesibilidad:	Subtitulación y Audiodescripción
Ámbito:	Administración General

EJE 7. AGUA Y AGRICULTURA

CONSEJERÍA DE AGUA, AGRICULTURA, GANADERÍA, PESCA Y MEDIO AMBIENTE

IMIDA

CAMPAÑA Nº 7.4	PROMOCIÓN DE PRODUCTOS
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:	35.000 €
Período de ejecución:	Segundo cuatrimestre
Medio/s:	Prensa, radio, televisión y digital
Zona de influencia:	Región de Murcia
Población objetivo:	Científicos
Medidas de accesibilidad:	Subtitulación y Audiodescripción
Ámbito:	Sector Público
Fondos Europeos:	Sí

EJE 8. MEDIO AMBIENTE

CONSEJERÍA DE EMPRESA, INDUSTRIA Y PORTAVOCÍA

DIRECCIÓN GENERAL DE ENERGÍA Y ACTIVIDAD INDUSTRIAL Y MINERA

CAMPAÑA Nº 8.1	ENERGÍAS RENOVABLES, EFICIENCIA ENERGÉTICA Y PRODUCTIVIDAD
Objetivo y finalidad: Informar a las empresas industriales, comerciales y agrarias de la Región de Murcia de las ventajas de las buenas prácticas para fomentar el ahorro y la eficiencia energética, así como de la producción y uso de energías renovables.	
Coste estimado:	12.000 €
Período de ejecución:	Tercer cuatrimestre
Medio/s:	Prensa, radio, exterior, digital y elementos impresos
Zona de influencia:	Región de Murcia
Población objetivo:	Empresarios
Medidas de accesibilidad:	Subtitulación y Audiodescripción
Ámbito:	Administración General

EJE 8. MEDIO AMBIENTE

CONSEJERÍA DE AGUA, AGRICULTURA, GANADERÍA, PESCA Y MEDIO AMBIENTE

DIRECCIÓN GENERAL DEL MAR MENOR / DIRECCIÓN GENERAL DE MEDIO AMBIENTE / DIRECCIÓN GENERAL DEL MEDIO NATURAL

CAMPAÑA Nº 8.2	Y YO, ¿QUÉ HAGO? (Mar Menor / Medio Ambiente / Biodiversidad y Cambio Climático)
Objetivo y finalidad: Concienciar sobre la responsabilidad colectiva en la conservación del Mar Menor.	
Coste estimado:	18.000 €
Período de ejecución:	Anual
Medio/s:	Prensa, radio, televisión, exterior, digital, elementos impresos y artículos publicitarios
Zona de influencia:	Región de Murcia
Población objetivo:	General
Medidas de accesibilidad:	Subtitulación y Audiodescripción
Ámbito:	Administración General

EJE 8. MEDIO AMBIENTE

CONSEJERÍA DE AGUA, AGRICULTURA, GANADERÍA, PESCA Y MEDIO AMBIENTE

DIRECCIÓN GENERAL DEL MAR MENOR

CAMPAÑA Nº 8.3	CANAL MAR MENOR
Objetivo y finalidad: Difundir la existencia del Canal Mar Menor, página web institucional que ofrece puntualmente información sobre la situación del Mar Menor y de las medidas para atrajar su deterioro. También recibe los comentarios y sugerencias de los ciudadanos en torno a la situación de este espacio natural.	
Coste estimado:	19.000 €
Período de ejecución:	Anual
Medio/s:	Prensa, radio, televisión y digital.
Zona de influencia:	Región de Murcia
Población objetivo:	General
Medidas de accesibilidad:	Subtitulación y Audiodescripción
Ámbito:	Administración General

EJE 8. MEDIO AMBIENTE

CONSEJERÍA DE AGUA, AGRICULTURA, GANADERÍA, PESCA Y MEDIO AMBIENTE

DIRECCIÓN GENERAL DEL MAR MENOR

CAMPAÑA Nº 8.4	COMPROMETIDOS CON LA RECUPERACIÓN / FOMENTO DE ACTIVIDADES MEDIOAMBIENTALMENTE COMPATIBLES CON EL RESTO DE ACCIONES DE PROTECCIÓN DEL MAR MENOR / TRABAJOS PARA LA MEJORA DE LA LAGUNA SALADA
Objetivo y finalidad: Informar a los ciudadanos sobre las medidas para paliar el deterioro del Mar Menor.	
Coste estimado:	17.000 €
Período de ejecución:	Anual
Medio/s:	Prensa, radio, televisión, exterior, digital, elementos impresos y artículos publicitarios
Zona de influencia:	Región de Murcia
Población objetivo:	General
Medidas de accesibilidad:	Subtitulación y Audiodescripción
Ámbito:	Administración General

EJE 8. MEDIO AMBIENTE

CONSEJERÍA DE AGUA, AGRICULTURA, GANADERÍA, PESCA Y MEDIO AMBIENTE

ENTIDAD DE SANEAMIENTO Y DEPURACIÓN DE AGUAS RESIDUALES DE LA REGIÓN DE MURCIA

CAMPAÑA Nº 8.5	DEPURACIÓN Y REUTILIZACIÓN DEL AGUA
Objetivo y finalidad: Poner de manifiesto la importancia vital para la Región de Murcia de profundizar en las actuaciones para la depuración y reutilización de los recursos hídricos.	
Coste estimado:	30.000 €
Período de ejecución:	Anual
Medio/s:	Prensa, radio, televisión, exterior, digital, elementos impresos y artículos publicitarios
Zona de influencia:	Región de Murcia
Población objetivo:	General
Medidas de accesibilidad:	Subtitulación y Audiodescripción
Ámbito:	Sector Público

EJE 9. PARTICIPACIÓN CIUDADANA Y FECHAS CONMEMORATIVAS

CONSEJERÍA DE PRESIDENCIA Y HACIENDA

DIRECCIÓN GENERAL DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL

CAMPAÑA Nº 9.1	DIA DE LA REGIÓN
Objetivo y finalidad: Difundir el significado del Día de la Región entre los ciudadanos, divulgar las señas de identidad regionales, fomentar el conocimiento sobre el Estatuto de Autonomía e informar de las actividades programadas por las instituciones regionales y abiertas a la ciudadanía.	
Coste estimado:	16.000 €
Período de ejecución:	Segundo cuatrimestre
Medio/s:	Prensa, radio, televisión y digital
Zona de influencia:	Región de Murcia
Población objetivo:	General
Medidas de accesibilidad:	Subtitulación y Audiodescripción
Ámbito:	Administración General

EJE 9. PARTICIPACIÓN CIUDADANA Y FECHAS CONMEMORATIVAS

CONSEJERÍA DE EMPRESA, INDUSTRIA Y PORTAVOCÍA

DIRECCIÓN GENERAL DE UNIÓN EUROPEA

CAMPAÑA Nº 9.2	EUROPA PARTICIPA
Objetivo y finalidad: Informar a los ciudadanos sobre los beneficios de nuestra pertenencia a la Unión Europea y fomentar la participación en programas y actividades financiadas con ayudas comunitarias que se desarrollan en la Región de Murcia.	
Coste estimado:	4.000 €
Período de ejecución:	Anual
Medio/s:	Digital
Zona de influencia:	Región de Murcia
Población objetivo:	General
Medidas de accesibilidad:	Subtitulación y Audiodescripción
Ámbito:	Administración General

EJE 9. PARTICIPACIÓN CIUDADANA Y FECHAS CONMEMORATIVAS

CONSEJERÍA DE EMPRESA, INDUSTRIA Y PORTAVOCÍA

DIRECCIÓN GENERAL DE UNIÓN EUROPEA

CAMPAÑA Nº 9.3	DÍA DE EUROPA
Objetivo y finalidad: Dar a conocer a los ciudadanos las actividades programadas por la Administración Autónomica con motivo de la celebración del Día de Europa, el 9 de mayo.	
Coste estimado:	5.000 €
Período de ejecución:	Segundo cuatrimestre
Medio/s:	Prensa, radio, digital y elementos impresos
Zona de influencia:	Región de Murcia
Población objetivo:	General
Medidas de accesibilidad:	Subtitulación y Audiodescripción
Ámbito:	Administración General

EJE 9. PARTICIPACIÓN CIUDADANA Y FECHAS CONMEMORATIVAS

CONSEJERÍA DE TRANSPARENCIA, PARTICIPACIÓN Y ADMINISTRACIÓN PÚBLICA

DIRECCIÓN GENERAL DE GOBIERNO ABIERTO Y COOPERACIÓN

CAMPAÑA Nº 9.4	PARTICIPACIÓN CIUDADANA
Objetivo y finalidad: Fomentar la intervención activa de los ciudadanos en los procesos de toma de decisiones por parte de la Administración Regional.	
Coste estimado:	10.000 €
Período de ejecución:	Segundo y tercer cuatrimestre
Medio/s:	Prensa y radio
Zona de influencia:	Región de Murcia
Población objetivo:	General
Medidas de accesibilidad:	
Ámbito:	Administración General

EJE 9. PARTICIPACIÓN CIUDADANA Y FECHAS CONMEMORATIVAS

CONSEJERÍA DE TRANSPARENCIA, PARTICIPACIÓN Y ADMINISTRACIÓN PÚBLICA

DIRECCIÓN GENERAL DE GOBIERNO ABIERTO Y COOPERACIÓN

CAMPAÑA Nº 9.5	DERECHO A SABER
Objetivo y finalidad: Dar a conocer las herramientas y procedimientos de los que disponen los ciudadanos para acceder a la información derivada de las actividades de las Administraciones Públicas.	
Coste estimado:	8.000 €
Período de ejecución:	Segundo y tercer cuatrimestre
Medio/s:	Prensa y radio
Zona de influencia:	Región de Murcia
Población objetivo:	General
Medidas de accesibilidad:	
Ámbito:	Administración General

EJE 9. PARTICIPACIÓN CIUDADANA Y FECHAS CONMEMORATIVAS

CONSEJERÍA DE TRANSPARENCIA, PARTICIPACIÓN Y ADMINISTRACIÓN PÚBLICA

DIRECCIÓN GENERAL DE GOBIERNO ABIERTO Y COOPERACIÓN

CAMPAÑA Nº 9.6	OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE (ODS)
Objetivo y finalidad: Difundir entre los ciudadanos de la Región de Murcia los diecisiete Objetivos de Desarrollo Sostenible formulados por la ONU con el propósito de que sean alcanzados en el año 2030.	
Coste estimado:	7.000 €
Período de ejecución:	Segundo y tercer cuatrimestre
Medio/s:	Prensa y radio
Zona de influencia:	Región de Murcia
Población objetivo:	General
Medidas de accesibilidad:	
Ámbito:	Administración General

EJE 9. PARTICIPACIÓN CIUDADANA Y FECHAS CONMEMORATIVAS

CONSEJERÍA DE TRANSPARENCIA, PARTICIPACIÓN Y ADMINISTRACIÓN PÚBLICA

DIRECCIÓN GENERAL DE GOBIERNO ABIERTO Y COOPERACIÓN

CAMPAÑA Nº 9.7	DIFUSIÓN Y PROMOCIÓN DE LA TRANSPARENCIA
Objetivo y finalidad: Dar a conocer qué es la Transparencia.	
Coste estimado:	22.000 €
Período de ejecución:	Segundo y tercer cuatrimestre
Medio/s:	Prensa y radio
Zona de influencia:	Región de Murcia
Población objetivo:	General
Medidas de accesibilidad:	
Ámbito:	Administración General

EJE 10. CULTURA Y TURISMO

CONSEJERÍA DE PRESIDENCIA Y HACIENDA

SECRETARÍA GENERAL

CAMPAÑA Nº 10.1	SAN ESTEBAN. ESPACIO ABIERTO
Objetivo y finalidad: Dar a conocer las actividades culturales y sociales que se organicen en el Palacio de San Esteban, sede del Gobierno Regional, con el objetivo de fomentar las visitas al complejo, que incluye asimismo la iglesia de San Esteban.	
Coste estimado:	14.000 €
Período de ejecución:	Anual.
Medio/s:	Prensa, radio, digital, elementos impresos y artículos publicitarios
Zona de influencia:	Región de Murcia
Población objetivo:	General
Medidas de accesibilidad:	Subtitulación y Audiodescripción
Ámbito:	Administración General

EJE 10. CULTURA Y TURISMO

CONSEJERÍA DE TURISMO, JUVENTUD Y DEPORTES

INSTITUTO DE TURISMO DE LA REGIÓN DE MURCIA

CAMPAÑA Nº 10.2	PROMOCIÓN TURÍSTICA NACIONAL E INTERNACIONAL (ITREM)
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:	1.350.000 €
Período de ejecución:	Anual
Medio/s:	Prensa, radio, televisión, cine, exterior , digital y elementos impresos
Zona de influencia:	Región de Murcia, España e internacional
Población objetivo:	General
Medidas de accesibilidad:	Subtitulación y Audiodescripción
Ámbito:	Sector Público

EJE 10. CULTURA Y TURISMO

CONSEJERÍA DE EDUCACIÓN Y CULTURA

DIRECCIÓN GENERAL DE BIENES CULTURALES

CAMPAÑA Nº 10.3	ACTIVIDADES EN LOS MUSEOS DE LA REGIÓN DE MURCIA
Objetivo y finalidad: Dar a conocer la programación y actividades de la red de museos dependiente de la Administración Regional**.**	
Coste estimado:	14.000 €
Período de ejecución:	Anual
Medio/s:	Prensa, radio y digital
Zona de influencia:	Región de Murcia
Población objetivo:	General
Medidas de accesibilidad:	Subtitulación y Audiodescripción
Ámbito:	Administración General

EJE 10. CULTURA Y TURISMO

CONSEJERÍA DE EDUCACIÓN Y CULTURA

DIRECCIÓN GENERAL DE BIENES CULTURALES

CAMPAÑA Nº 10.4	DÍA INTERNACIONAL DE LOS MUSEOS
Objetivo y finalidad: Informar de las actividades programadas en la Región con motivo de la celebración del Día Internacional de los Museos, el 18 de mayo.	
Coste estimado:	12.000 €
Período de ejecución:	Segundo cuatrimestre
Medio/s:	Prensa, radio, exterior y digital
Zona de influencia:	Región de Murcia
Población objetivo:	General
Medidas de accesibilidad:	Subtitulación y Audiodescripción
Ámbito:	Administración General

EJE 10. CULTURA Y TURISMO

CONSEJERÍA DE EDUCACIÓN Y CULTURA

DIRECCIÓN GENERAL DE BIENES CULTURALES

CAMPAÑA Nº 10.5	PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN DE LA OFERTA CULTURAL DE LA COMUNIDAD AUTÓNOMA EN LA REGIÓN
Objetivo y finalidad: Promoción y difusión de la programación de los centros culturales y salas de exposiciones dependientes de la Administración Regional y de otros eventos.	
Coste estimado:	18.000 €
Período de ejecución:	Anual
Medio/s:	Prensa, radio y digital
Zona de influencia:	Región de Murcia
Población objetivo:	General
Medidas de accesibilidad:	Subtitulación y Audiodescripción
Ámbito:	Administración General

EJE 10. CULTURA Y TURISMO

CONSEJERÍA DE EDUCACIÓN Y CULTURA

DIRECCIÓN GENERAL DE BIENES CULTURALES

CAMPAÑA Nº 10.6	PLAN DE FOMENTO DE LA LECTURA
Objetivo y finalidad: Fomentar la práctica de la lectura por parte de los ciudadanos de la Región de Murcia, con especial incidencia en los jóvenes. Difundir la red regional de bibliotecas públicas.	
Coste estimado:	12.000 €
Período de ejecución:	Tercer cuatrimestre
Medio/s:	Prensa, radio, exterior, digital y televisión
Zona de influencia:	Región de Murcia
Población objetivo:	General
Medidas de accesibilidad:	Subtitulación y Audiodescripción
Ámbito:	Administración General

EJE 10. CULTURA Y TURISMO

CONSEJERÍA DE EDUCACIÓN Y CULTURA

DIRECCIÓN GENERAL DE BIENES CULTURALES

CAMPAÑA Nº 10.7	PROMOCIÓN DEL PATRIMONIO REGIONAL: YACIMIENTOS ARQUEOLÓGICOS, PATRIMONIO INMATERIAL, HISTÓRICO Y CULTURAL
Objetivo y finalidad: Difundir la existencia del rico patrimonio arqueológico existente en la Región de Murcia con el objetivo de aumentar las visitas a yacimientos y centros de interpretación.	
Coste estimado:	16.000 €
Período de ejecución:	Anual
Medio/s:	Prensa, radio y digital
Zona de influencia:	Región de Murcia
Población objetivo:	General
Medidas de accesibilidad:	Subtitulación y Audiodescripción
Ámbito:	Administración General

EJE 10. CULTURA Y TURISMO

CONSEJERÍA DE EDUCACIÓN Y CULTURA

INSTITUTO DE INDUSTRIAS CULTURALES Y DE LAS ARTES DE LA REGIÓN DE MURCIA

CAMPAÑA Nº 10.8	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:	25.000 €
Período de ejecución:	Primer cuatrimestre
Medio/s:	Prensa, radio y televisión
Zona de influencia:	Región de Murcia y España
Población objetivo:	General
Medidas de accesibilidad:	Subtitulación y Audiodescripción
Ámbito:	Sector Público

EJE 10. CULTURA Y TURISMO

CONSEJERÍA DE EDUCACIÓN Y CULTURA

INSTITUTO DE INDUSTRIAS CULTURALES Y DE LAS ARTES DE LA REGIÓN DE MURCIA

CAMPAÑA Nº 10.8	XXV ANIVERSARIO AUDITORIO Y CENTRO DE CONGRESOS VÍCTOR VILLEGAS
Objetivo y finalidad: Difundir la conmemoración de esta efeméride destacando y poniendo en valor la importancia de este centro para la vida cultural y económica de la Región de Murcia.	
Coste estimado:	6.000 €
Período de ejecución:	Segundo cuatrimestre
Medio/s:	Prensa, radio, televisión y digital
Zona de influencia:	Región de Murcia
Población objetivo:	General
Medidas de accesibilidad:	Subtitulación y Audiodescripción
Ámbito:	Sector Público

EJE 10. CULTURA Y TURISMO

CONSEJERÍA DE FOMENTO E INFRAESTRUCTURAS

DIRECCIÓN GENERAL DE MOVILIDAD Y LITORAL

CAMPAÑA Nº 10.9	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:	13.000 €
Período de ejecución:	Tercer cuatrimestre
Medio/s:	Radio, exterior y digital
Zona de influencia:	La Manga
Población objetivo:	General
Medidas de accesibilidad:	Subtitulación y Audiodescripción
Ámbito:	Administración General
Fondos Europeos:	Sí