



**DON JAVIER CELDRÁN LORENTE, SECRETARIO DEL CONSEJO DE GOBIERNO DE LA COMUNIDAD AUTÓNOMA DE LA REGIÓN DE MURCIA.**

**CERTIFICO:** Según resulta del borrador del acta de la sesión celebrada el día veinte de febrero de dos mil veinte, a propuesta del Consejero de Presidencia y Hacienda, el Consejo de Gobierno aprueba el Plan de Publicidad y Comunicación Institucional de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia 2020, y que será publicado en el Portal de Transparencia de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia.

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



**Región de Murcia**  
Consejería de Presidencia  
y Hacienda

**Servicio Jurídico**  
Palacio de San Esteban  
Acisclo Díaz s/n  
30071 Murcia

T. 968 362596

20 INF 0009/MRM

## **ÍNDICE DE DOCUMENTOS CORRESPONDIENTE AL EXPEDIENTE RELATIVO A LA APROBACIÓN DEL PLAN ANUAL DE COMUNICACIÓN Y PUBLICIDAD INSTITUCIONAL 2020**

1. Plan Anual de Comunicación y Publicidad Institucional 2020.
2. Propuesta de acuerdo al Consejo de Gobierno.
3. Certificado del Secretario del Consejo de Publicidad y Comunicación Institucional.
4. Informe Servicio Jurídico.



**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.

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.

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.

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.

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

*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.*

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

*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.

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 <sup>1</sup>, 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.

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

*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.*

*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.*

---

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



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

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

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

Las prohibiciones en comunicación institucional se concretan en el artículo 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

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

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

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

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



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.

Para cerrar el círculo, el capítulo V de la ley regional establece garantías concretas para asegurar que las campañas institucionales de publicidad y de comunicación sean efectivamente útiles a los ciudadanos y no al gobierno que las promueve, articulando a estos efectos un procedimiento administrativo de carácter especial y sumario que permite a los ciudadanos solicitar la cesación o la rectificación de las campañas contrarias a las previsiones legales contenidas en los artículos 2, 4, 5, 7 y 10 de la ley.

En otro orden de cosas, el Plan se somete al principio de transparencia y, en consecuencia, debe publicarse en el Portal de Transparencia de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia. También se publicará en dicho portal el informe de evaluación anual que sobre el presente Plan se realice en 2021.

### 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 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.

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

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

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

*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.*



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.

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

- Eje 1. Empleo y Economía
- Eje 2. Salud
- Eje 3. Educación y Juventud
- Eje 4. Tecnología e Investigación
- Eje 5. Infraestructuras y Seguridad
- Eje 6. 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.

*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*

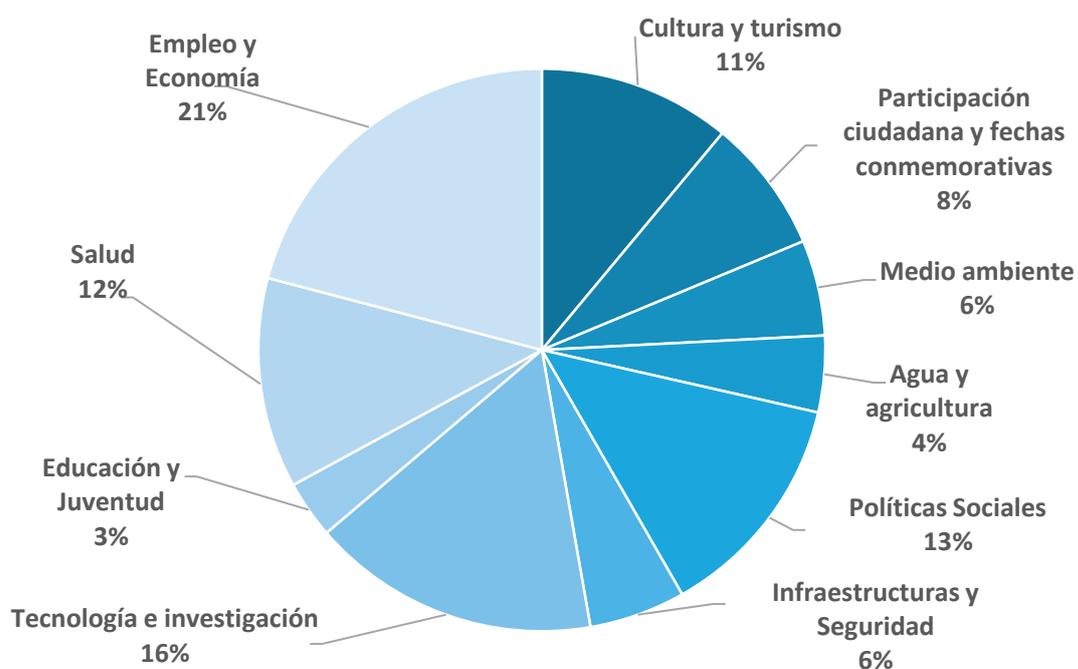
*El Plan se estructura en diez ejes por materias.*

*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

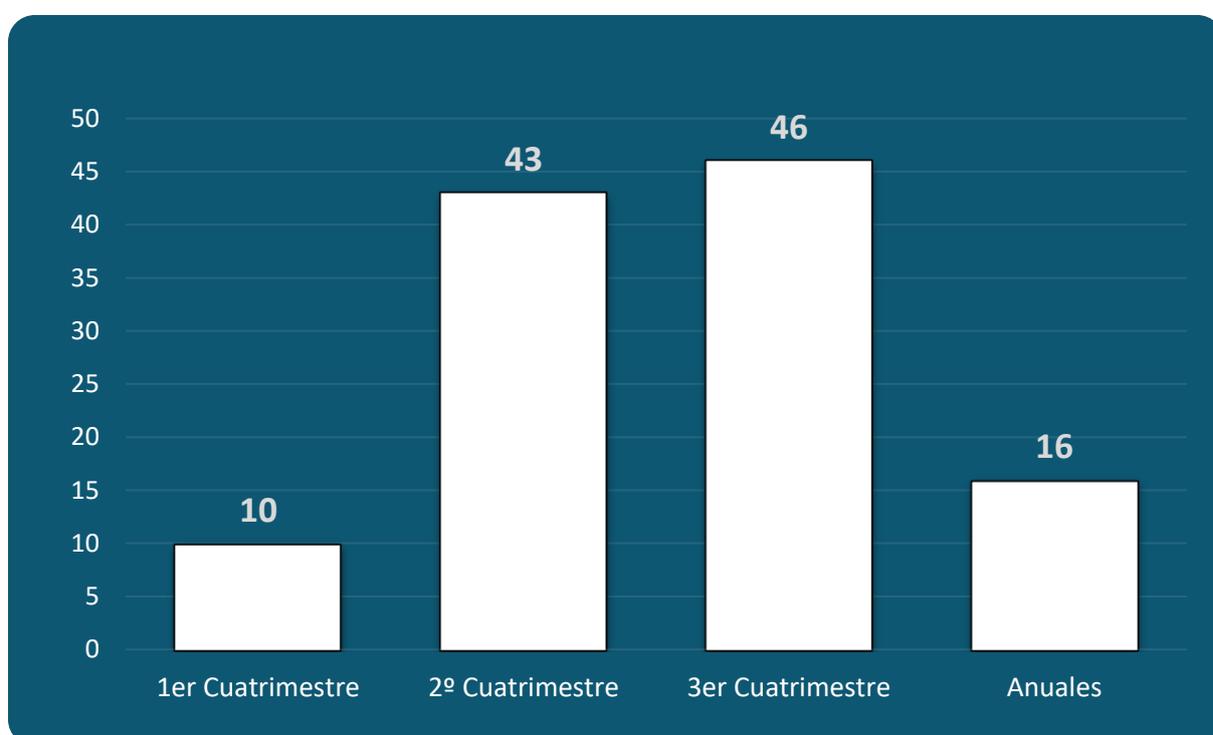


Gráfico 2. Porcentaje de número de campañas por Ejes



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

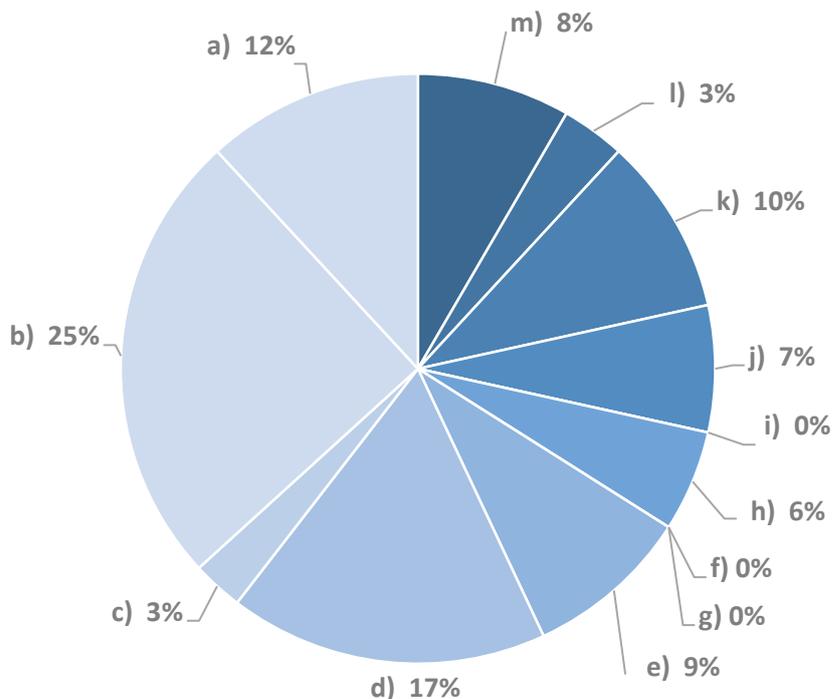




**Tabla 1. Números y porcentajes de campañas por objetivos de interés público.**

	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.

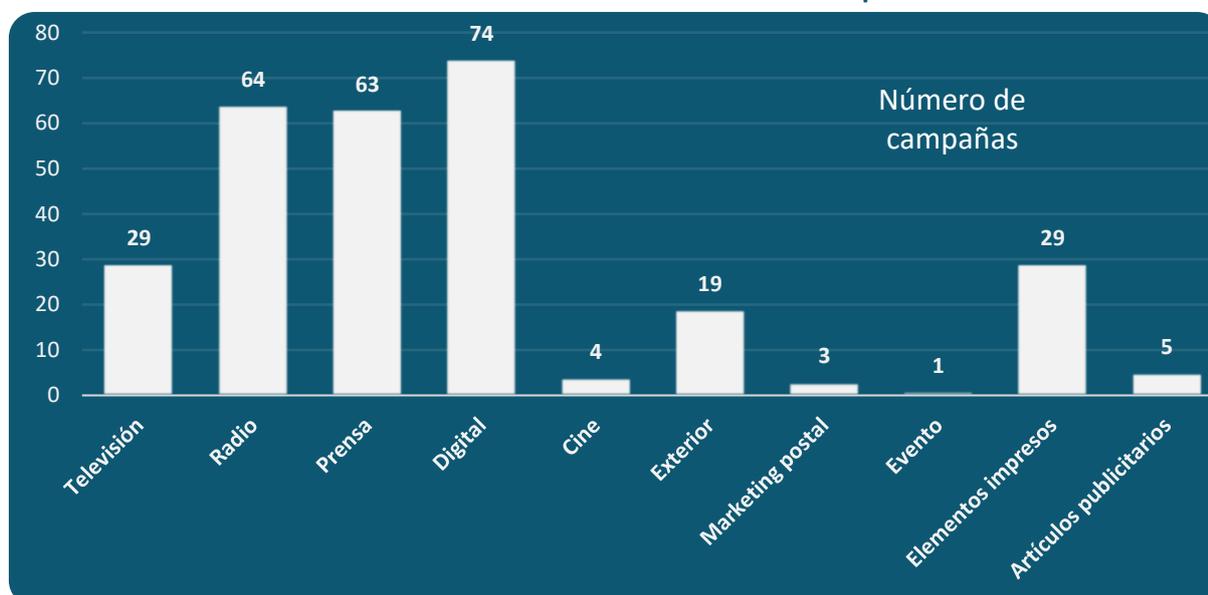


- a) Promover valores y conductas que consoliden la democracia, la libertad, la convivencia, la igualdad y la solidaridad.
- b) Informar a la ciudadanía de sus derechos y sus obligaciones y de los servicios, las actividades y los programas de los que pueda hacer uso.
- c) Fomentar actitudes y comportamientos 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.

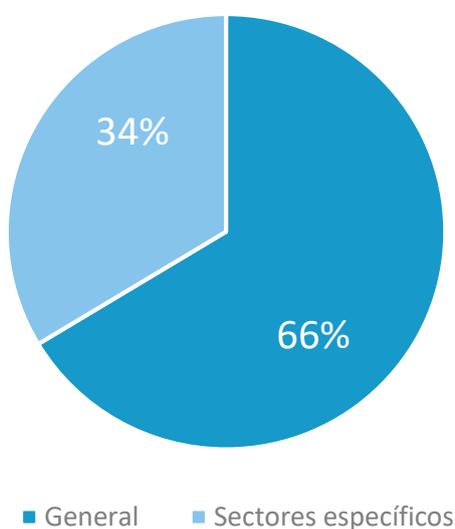
En cuanto al público objetivo de las campañas, el 66% de ellas se dirigen a toda la población en general, pero hay también campañas orientadas a sectores específicos, tales como: jóvenes, desempleados, emprendedores, empresarios, trabajadores, PYMES, científicos etc...

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

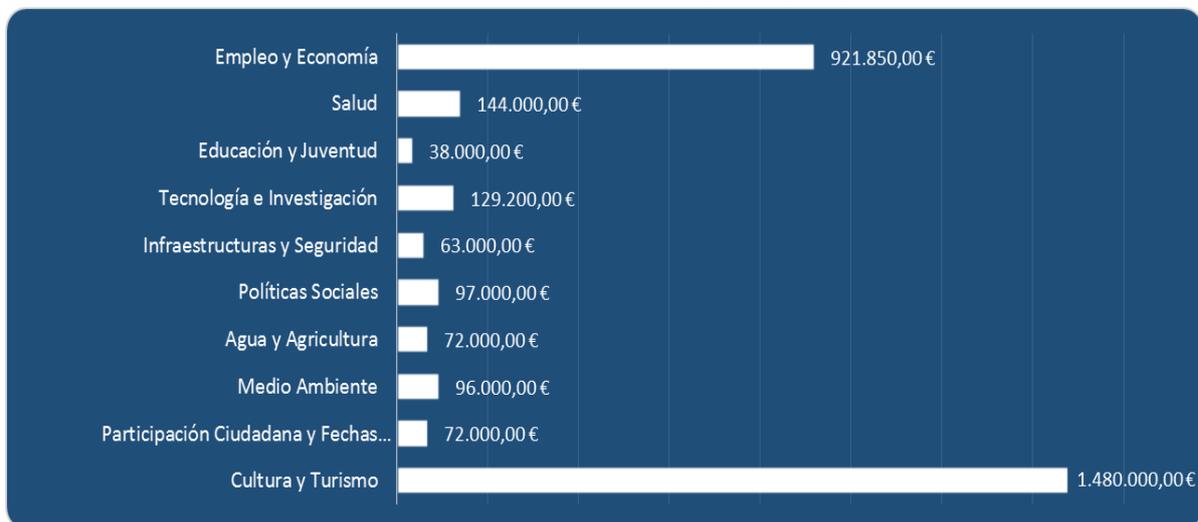
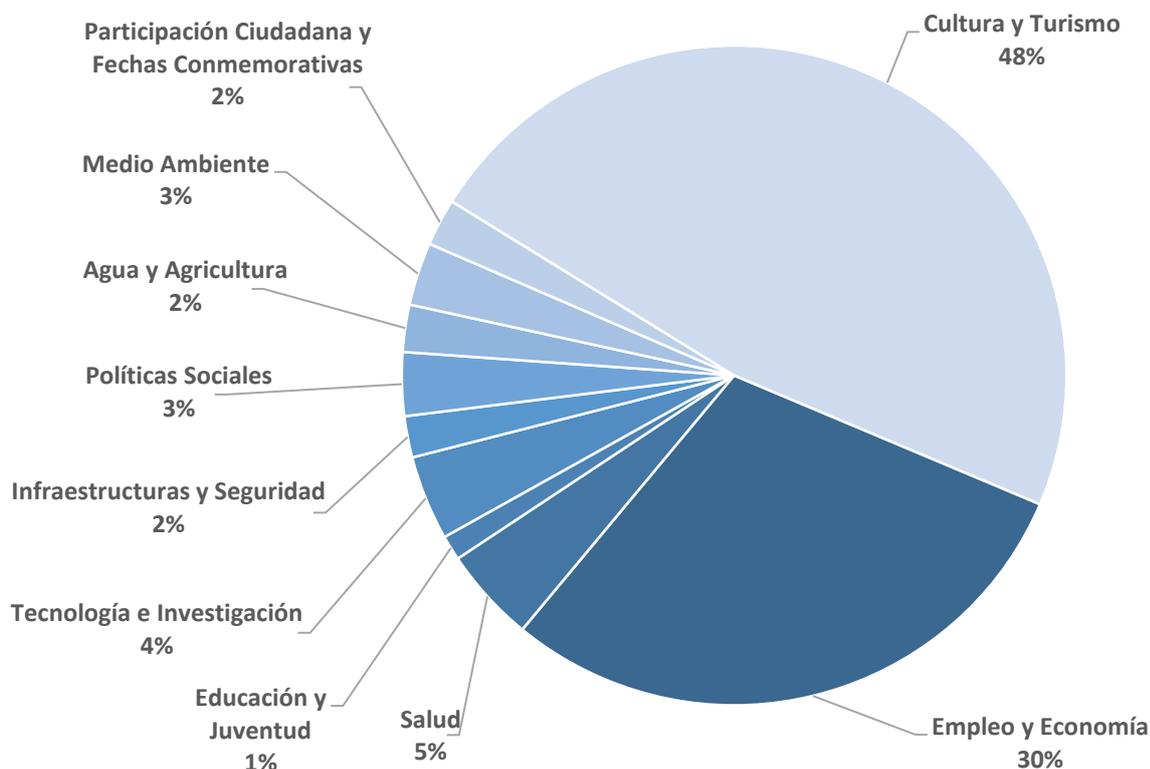


Tabla 2. Clasificación por ejes y por presupuesto<sup>2</sup>

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%
<b>Total</b>	<b>91</b>	<b>3.113.050,00 €</b>	<b>100%</b>

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

Gráfico 9. Porcentaje presupuestario de campañas por Ejes



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%
	<b>Total Administración General</b>		<b>66</b>	<b>986.000 €</b>

(\*) 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) <sup>1</sup>	1	1.350.000 €	63%
	Instituto de Fomento de la Región de Murcia (INFO) <sup>1</sup>	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%
	<b>Total sector público</b>		<b>25</b>	<b>2.127.050 €</b>

<sup>1</sup> 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 INTEGRÁ	REPLAY	2.500 €
Fundación INTEGRÁ	SICARM	7.500 €
Fundación INTEGRÁ	PATRIMONIO DIGITAL	2.500 €
Fundación INTEGRÁ	FORO TRANSFORMACIÓN DIGITAL EN EDUCACIÓN	2.500 €
Fundación INTEGRÁ	FORO BLOCKCHAIN Y SOCIEDAD	2.500 €
Fundación INTEGRÁ	FORO SMART	15.000 €
Fundación INTEGRÁ	RED CTNET	2.500 €
Fundación INTEGRÁ	CURSOS FORMACARM	2.500 €
Instituto Murciano de Investigación y Desarrollo Agrario y Alimentario (IMIDA)	PROMOCIÓN DE PRODUCTOS	35.000 €
	<b>Total</b>	<b>381.5000 €</b>



**Tabla 6. Financiación con fondos europeos por ámbitos**

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

## VIII. EVALUACIÓN

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

Por este motivo, además del informe o memoria de ejecución y valoración final del resultado de cada una de las campañas, que deberán elaborar las empresas que resulten adjudicatarias de la 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<sup>3</sup> 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

---

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



- 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**

<b>CAMPAÑA Nº 1.1</b>	<b>LUCHA CONTRA LA DESPOBLACIÓN Y MEJORA DE LA CALIDAD DE VIDA EN EL MEDIO RURAL</b>
<b>Objetivo y finalidad:</b> 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.	
<b>Coste estimado:</b>	18.000 €
<b>Período de ejecución:</b>	Segundo cuatrimestre
<b>Medio/s:</b>	Prensa, radio, televisión y digital
<b>Zona de influencia:</b>	Región de Murcia
<b>Población objetivo:</b>	General
<b>Medidas de accesibilidad:</b>	Subtitulación y Audiodescripción
<b>Ámbito:</b>	Administración General

**EJE 1. EMPLEO Y ECONOMÍA****CONSEJERÍA DE PRESIDENCIA Y HACIENDA****DIRECCIÓN GENERAL DE PRESUPUESTOS Y FONDOS EUROPEOS**

<b>CAMPAÑA Nº 1.2</b>	<b>FONDOS FEDER Y FONDO SOCIAL EUROPEO</b>
<b>Objetivo y finalidad:</b> Dar visibilidad a los Programas Operativos y a la Política Europea en general, resaltando el papel que juega la Unión Europea en la cofinanciación de la actuaciones recogidas en los Programas Operativos FEDER y FSE de la Región de Murcia 2014-2020.	
<b>Coste estimado:</b>	265.000 €
<b>Período de ejecución:</b>	Segundo y tercer cuatrimestre
<b>Medio/s:</b>	Prensa, radio, televisión, cine, exterior y digital
<b>Zona de influencia:</b>	Región de Murcia
<b>Población objetivo:</b>	General
<b>Medidas de accesibilidad:</b>	Subtitulación y Audiodescripción
<b>Ámbito:</b>	Administración General
<b>Fondos Europeos:</b>	Sí

**EJE 1. EMPLEO Y ECONOMÍA****CONSEJERÍA DE EMPRESA, INDUSTRIA Y PORTAVOCÍA****DIRECCIÓN GENERAL DE UNIÓN EUROPEA**

<b>CAMPAÑA Nº 1.3</b>	<b>PROMOCIÓN DE LAS AYUDAS EUROPEAS</b>
<b>Objetivo y finalidad:</b> 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.	
<b>Coste estimado:</b>	8.000 €
<b>Período de ejecución:</b>	Segundo y tercer cuatrimestre
<b>Medio/s:</b>	Prensa, radio, digital y elementos impresos
<b>Zona de influencia:</b>	Región de Murcia
<b>Población objetivo:</b>	General
<b>Medidas de accesibilidad:</b>	Subtitulación y Audiodescripción
<b>Ámbito:</b>	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**

<b>CAMPAÑA Nº 1.4</b>	<b>PROMOCIÓN DE ACTUACIONES DE DEFENSA DEL AUTÓNOMO Y DE LA OFICINA DE DEFENSA DEL AUTÓNOMO Y LA PYME "DEPA"</b>
<b>Objetivo y finalidad:</b> Informar a los autónomos 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.	
<b>Coste estimado:</b>	7.000 €
<b>Período de ejecución:</b>	Segundo y tercer cuatrimestre
<b>Medio/s:</b>	Prensa, radio, digital y elementos impresos
<b>Zona de influencia:</b>	Región de Murcia
<b>Población objetivo:</b>	General
<b>Medidas de accesibilidad:</b>	Subtitulación y Audiodescripción
<b>Ámbito:</b>	Administración General

**EJE 1. EMPLEO Y ECONOMÍA****CONSEJERÍA DE EMPRESA, INDUSTRIA Y PORTAVOCÍA****DIRECCIÓN GENERAL DE ENERGÍA Y ACTIVIDAD INDUSTRIAL Y MINERA**

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

**EJE 1. EMPLEO Y ECONOMÍA****CONSEJERÍA DE EMPRESA, INDUSTRIA Y PORTAVOCÍA****DIRECCIÓN GENERAL DE COMERCIO, CONSUMO Y ARTESANÍA**

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

**EJE 1. EMPLEO Y ECONOMÍA****CONSEJERÍA DE EMPRESA, INDUSTRIA Y PORTAVOCÍA****DIRECCIÓN GENERAL DE COMERCIO, CONSUMO Y ARTESANÍA**

<b>CAMPAÑA Nº 1.7</b>	<b>TALLERES ARTESANOS Y CENTROS REGIONALES DE ARTESANÍA</b>
<b>Objetivo y finalidad:</b> 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.	
<b>Coste estimado:</b>	8.000 €
<b>Período de ejecución:</b>	Anual
<b>Medio/s:</b>	Prensa, radio, digital y elementos impresos
<b>Zona de influencia:</b>	Región de Murcia
<b>Población objetivo:</b>	General
<b>Medidas de accesibilidad:</b>	Subtitulación y Audiodescripción
<b>Ámbito:</b>	Administración General

**EJE 1. EMPLEO Y ECONOMÍA****CONSEJERÍA DE EMPRESA, INDUSTRIA Y PORTAVOCÍA****DIRECCIÓN GENERAL DE COMERCIO, CONSUMO Y ARTESANÍA**

<b>CAMPAÑA Nº 1.8</b>	<b>PROMOCIÓN DEL PEQUEÑO COMERCIO</b>
<b>Objetivo y finalidad:</b> 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.	
<b>Coste estimado:</b>	8.000 €
<b>Período de ejecución:</b>	Anual
<b>Medio/s:</b>	Prensa, radio, digital y elementos impresos
<b>Zona de influencia:</b>	Región de Murcia
<b>Población objetivo:</b>	General
<b>Medidas de accesibilidad:</b>	Subtitulación y Audiodescripción
<b>Ámbito:</b>	Administración General

**EJE 1. EMPLEO Y ECONOMÍA****CONSEJERÍA DE EMPRESA, INDUSTRIA Y PORTAVOCÍA****DIRECCIÓN GENERAL DE COMERCIO, CONSUMO Y ARTESANÍA**

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

**EJE 1. EMPLEO Y ECONOMÍA****CONSEJERÍA DE EMPRESA, INDUSTRIA Y PORTAVOCÍA****INSTITUTO DE FOMENTO DE LA REGIÓN DE MURCIA**

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

**EJE 1. EMPLEO Y ECONOMÍA****CONSEJERÍA DE EMPLEO, INVESTIGACIÓN Y UNIVERSIDADES****DIRECCIÓN GENERAL DE DIÁLOGO SOCIAL Y BIENESTAR LABORAL**

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

**EJE 1. EMPLEO Y ECONOMÍA****CONSEJERÍA DE EMPLEO, INVESTIGACIÓN Y UNIVERSIDADES****SERVICIO REGIONAL DE EMPLEO Y FORMACIÓN**

<b>CAMPAÑA Nº 1.12</b>	<b>ACCESO AL EMPLEO / AUTOEMPLEO</b>
<b>Objetivo y finalidad:</b> 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.	
<b>Coste estimado:</b>	10.000 €
<b>Período de ejecución:</b>	Segundo y tercer cuatrimestre
<b>Medio/s:</b>	Digital
<b>Zona de influencia:</b>	Región de Murcia
<b>Población objetivo:</b>	General
<b>Medidas de accesibilidad:</b>	Subtitulación y Audiodescripción
<b>Ámbito:</b>	Sector Público

**EJE 1. EMPLEO Y ECONOMÍA****CONSEJERÍA DE EMPLEO, INVESTIGACIÓN Y UNIVERSIDADES****SERVICIO REGIONAL DE EMPLEO Y FORMACIÓN**

<b>CAMPAÑA Nº 1.13</b>	<b>EL SEF MÁS CERCA DE LAS EMPRESAS</b>
<b>Objetivo y finalidad:</b> 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.	
<b>Coste estimado:</b>	15.000 €
<b>Período de ejecución:</b>	Segundo y tercer cuatrimestre
<b>Medio/s:</b>	Prensa, radio, televisión, exterior y digital
<b>Zona de influencia:</b>	Región de Murcia
<b>Población objetivo:</b>	Empresarios, pymes y autónomos
<b>Medidas de accesibilidad:</b>	Subtitulación y Audiodescripción
<b>Ámbito:</b>	Sector Público

**EJE 1. EMPLEO Y ECONOMÍA****CONSEJERÍA DE EMPLEO, INVESTIGACIÓN Y UNIVERSIDADES****SERVICIO REGIONAL DE EMPLEO Y FORMACIÓN**

<b>CAMPAÑA Nº 1.14</b>	<b>FORMACIÓN SEF</b>
<b>Objetivo y finalidad:</b> 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.	
<b>Coste estimado:</b>	10.000 €
<b>Período de ejecución:</b>	Segundo y tercer cuatrimestre
<b>Medio/s:</b>	Digital
<b>Zona de influencia:</b>	Región de Murcia
<b>Población objetivo:</b>	Desempleados y trabajadores
<b>Medidas de accesibilidad:</b>	Subtitulación y Audiodescripción
<b>Ámbito:</b>	Sector Público

**EJE 1. EMPLEO Y ECONOMÍA****CONSEJERÍA DE EMPLEO, INVESTIGACIÓN Y UNIVERSIDADES****SERVICIO REGIONAL DE EMPLEO Y FORMACIÓN**

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

**EJE 1. EMPLEO Y ECONOMÍA****CONSEJERÍA DE PRESIDENCIA Y HACIENDA****AGENCIA TRIBUTARIA DE LA REGIÓN DE MURCIA**

<b>CAMPAÑA Nº 1.16</b>	<b>DIFUSIÓN DE LOS PERIODOS VOLUNTARIOS DE PAGO DE TRIBUTOS LOCALES</b>
<b>Objetivo y finalidad:</b> Informar sobre la apertura y fin del periodo voluntario de pago de los principales tributos locales gestionados por la ATRM, con el fin de incentivar el pago voluntario de los mismos.	
<b>Coste estimado:</b>	11.700 €
<b>Período de ejecución:</b>	Tercer cuatrimestre
<b>Medio/s:</b>	Prensa, radio, exterior y digital
<b>Zona de influencia:</b>	Región de Murcia
<b>Población objetivo:</b>	General
<b>Medidas de accesibilidad:</b>	Subtitulación y Audiodescripción
<b>Ámbito:</b>	Sector Público

**EJE 1. EMPLEO Y ECONOMÍA****CONSEJERÍA DE PRESIDENCIA Y HACIENDA****AGENCIA TRIBUTARIA DE LA REGIÓN DE MURCIA**

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

**EJE 1. EMPLEO Y ECONOMÍA****CONSEJERÍA DE PRESIDENCIA Y HACIENDA****BOLETÍN OFICIAL DE LA REGIÓN DE MURCIA**

<b>CAMPAÑA Nº 1.18</b>	<b>BORM</b>
<b>Objetivo y finalidad:</b> 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.	
<b>Coste estimado:</b>	6.000 €
<b>Período de ejecución:</b>	Anual
<b>Medio/s:</b>	Digital y elementos impresos
<b>Zona de influencia:</b>	Región de Murcia
<b>Población objetivo:</b>	Personal de las administraciones públicas
<b>Medidas de accesibilidad:</b>	Subtitulación y Audiodescripción
<b>Ámbito:</b>	Sector Público

## EJE 1. EMPLEO Y ECONOMÍA

### CONSEJERÍA DE PRESIDENCIA Y HACIENDA

#### INSTITUTO DE CRÉDITO Y FINANZAS

<b>CAMPAÑA Nº 1.19</b>	<b>PROMOCIÓN PRODUCTOS ICREF</b>
<b>Objetivo y finalidad:</b> 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.	
<b>Coste estimado:</b>	12.000 €
<b>Período de ejecución:</b>	Segundo y tercer cuatrimestre
<b>Medio/s:</b>	Prensa , radio, televisión, digital, elementos impresos y eventos
<b>Zona de influencia:</b>	Región de Murcia
<b>Población objetivo:</b>	Empresarios, autónomos y emprendedores
<b>Medidas de accesibilidad:</b>	Subtitulación y Audiodescripción
<b>Ámbito:</b>	Sector Público

## EJE 2. SALUD

### CONSEJERÍA DE TURISMO, JUVENTUD Y DEPORTES

#### DIRECCIÓN GENERAL DE DEPORTES

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

**EJE 2. SALUD****CONSEJERÍA DE SALUD****DIRECCIÓN GENERAL DE SALUD PÚBLICA Y ADICCIONES**

<b>CAMPAÑA Nº 2.2</b>	<b>VACUNACIÓN CONTRA LA GRIPE</b>
<b>Objetivo y finalidad:</b> Concienciar a la población sobre la importancia de vacunarse contra la gripe, con el objetivo de aumentar la cobertura de vacunación sobre la población diana (mayores, embarazadas, etc...).	
<b>Coste estimado:</b>	18.000 €
<b>Período de ejecución:</b>	Tercer cuatrimestre
<b>Medio/s:</b>	Prensa, radio, televisión y digital
<b>Zona de influencia:</b>	Región de Murcia
<b>Población objetivo:</b>	General
<b>Medidas de accesibilidad:</b>	Subtitulación y Audiodescripción
<b>Ámbito:</b>	Administración General

**EJE 2. SALUD****CONSEJERÍA DE SALUD****DIRECCIÓN GENERAL DE SALUD PÚBLICA Y ADICCIONES**

<b>CAMPAÑA Nº 2.3</b>	<b>ENVEJECIMIENTO ACTIVO</b>
<b>Objetivo y finalidad:</b> 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.	
<b>Coste estimado:</b>	8.000 €
<b>Período de ejecución:</b>	Segundo cuatrimestre
<b>Medio/s:</b>	Prensa, radio y digital
<b>Zona de influencia:</b>	Región de Murcia
<b>Población objetivo:</b>	General
<b>Medidas de accesibilidad:</b>	Subtitulación y Audiodescripción
<b>Ámbito:</b>	Administración General

**EJE 2. SALUD****CONSEJERÍA DE SALUD****DIRECCIÓN GENERAL DE SALUD PÚBLICA Y ADICCIONES**

<b>CAMPAÑA Nº 2.4</b>	<b>MOSQUITO TIGRE</b>
<b>Objetivo y finalidad:</b> 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.	
<b>Coste estimado:</b>	17.000 €
<b>Período de ejecución:</b>	Segundo cuatrimestre
<b>Medio/s:</b>	Radio, televisión y digital
<b>Zona de influencia:</b>	Región de Murcia
<b>Población objetivo:</b>	General
<b>Medidas de accesibilidad:</b>	Subtitulación y Audiodescripción
<b>Ámbito:</b>	Administración General

**EJE 2. SALUD****CONSEJERÍA DE SALUD****DIRECCIÓN GENERAL DE SALUD PÚBLICA Y ADICCIONES**

<b>CAMPAÑA Nº 2.5</b>	<b>ADICCIÓN AL MÓVIL</b>
<b>Objetivo y finalidad:</b> 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.	
<b>Coste estimado:</b>	9.000 €
<b>Período de ejecución:</b>	Primer cuatrimestre
<b>Medio/s:</b>	Digital
<b>Zona de influencia:</b>	Región de Murcia
<b>Población objetivo:</b>	General
<b>Medidas de accesibilidad:</b>	Subtitulación y Audiodescripción
<b>Ámbito:</b>	Administración General

**EJE 2. SALUD****CONSEJERÍA DE SALUD****DIRECCIÓN GENERAL DE SALUD PÚBLICA Y ADICCIONES**

<b>CAMPAÑA Nº 2.6</b>	<b>ENFERMEDADES DE TRANSMISIÓN SEXUAL</b>
<b>Objetivo y finalidad:</b> 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.	
<b>Coste estimado:</b>	9.000 €
<b>Período de ejecución:</b>	Primer cuatrimestre
<b>Medio/s:</b>	Digital
<b>Zona de influencia:</b>	Región de Murcia
<b>Población objetivo:</b>	General
<b>Medidas de accesibilidad:</b>	Subtitulación y Audiodescripción
<b>Ámbito:</b>	Administración General

**EJE 2. SALUD****CONSEJERÍA DE SALUD****DIRECCIÓN GENERAL DE SALUD PÚBLICA Y ADICCIONES**

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

**EJE 2. SALUD****CONSEJERÍA DE SALUD****DIRECCIÓN GENERAL DE SALUD PÚBLICA Y ADICCIONES**

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

**EJE 2. SALUD****CONSEJERÍA DE EMPLEO, INVESTIGACIÓN Y UNIVERSIDADES****DIRECCIÓN GENERAL DE DIÁLOGO SOCIAL Y BIENESTAR LABORAL**

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

**EJE 2. SALUD****CONSEJERÍA DE SALUD****SERVICIO MURCIANO DE SALUD**

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

**EJE 2. SALUD****CONSEJERÍA DE SALUD****FUNDACIÓN PARA LA FORMACIÓN E INVESTIGACIÓN SANITARIAS DE LA REGIÓN DE MURCIA**

<b>CAMPAÑA Nº 2.11</b>	<b>ESCUELA DE SALUD</b>
<b>Objetivo y finalidad:</b> Dar a conocer la Escuela de Salud a toda la población y a los agentes sociales. Involucrar a instituciones, profesionales, asociaciones y ciudadanos en el desarrollo de programas y actividades de la Escuela de Salud. Impulsar la participación de los ciudadanos en las actividades de la Escuela de Salud.	
<b>Coste estimado:</b>	15.000 €
<b>Período de ejecución:</b>	Segundo y tercer cuatrimestre
<b>Medio/s:</b>	Prensa, digital, elementos impresos y artículos publicitarios
<b>Zona de influencia:</b>	Región de Murcia
<b>Población objetivo:</b>	General
<b>Medidas de accesibilidad:</b>	Subtitulación y Audiodescripción
<b>Ámbito:</b>	Sector Público

**EJE 3. EDUCACIÓN Y JUVENTUD****CONSEJERÍA DE TURISMO, JUVENTUD Y DEPORTES****DIRECCIÓN GENERAL DE JUVENTUD**

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

**EJE 3. EDUCACIÓN Y JUVENTUD****CONSEJERÍA DE TURISMO, JUVENTUD Y DEPORTES****DIRECCIÓN GENERAL DE JUVENTUD**

<b>CAMPAÑA Nº 3.2</b>	<b>FOMENTO DEL CARNÉ JOVEN</b>
<b>Objetivo y finalidad:</b> 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.	
<b>Coste estimado:</b>	8.000 €
<b>Período de ejecución:</b>	Tercer cuatrimestre
<b>Medio/s:</b>	Digital y elementos impresos
<b>Zona de influencia:</b>	Región de Murcia
<b>Población objetivo:</b>	Jovenes
<b>Medidas de accesibilidad:</b>	Subtitulación y Audiodescripción
<b>Ámbito:</b>	Administración General

### EJE 3. EDUCACIÓN Y JUVENTUD

#### CONSEJERÍA DE EDUCACIÓN Y CULTURA

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

<b>CAMPAÑA Nº 3.3</b>	<b>ESTRATEGIA PARA EL ÉXITO EDUCATIVO: OBJETIVO 2020</b>
<b>Objetivo y finalidad:</b> 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.	
<b>Coste estimado:</b>	12.000 €
<b>Período de ejecución:</b>	Segundo y tercer cuatrimestre
<b>Medio/s:</b>	Prensa, radio y digital
<b>Zona de influencia:</b>	Región de Murcia
<b>Población objetivo:</b>	General
<b>Medidas de accesibilidad:</b>	Subtitulación y Audiodescripción
<b>Ámbito:</b>	Administración General

### EJE 4. TECNOLOGÍA E INVESTIGACIÓN

#### CONSEJERÍA DE PRESIDENCIA Y HACIENDA

##### DIRECCIÓN GENERAL DE INFORMÁTICA CORPORATIVA

<b>CAMPAÑA Nº 4.1</b>	<b>INFORMACIÓN TDTS</b>
<b>Objetivo y finalidad:</b> 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.	
<b>Coste estimado:</b>	18.000 €
<b>Período de ejecución:</b>	Primer cuatrimestre
<b>Medio/s:</b>	Prensa, radio, televisión y digital
<b>Zona de influencia:</b>	Región de Murcia
<b>Población objetivo:</b>	General
<b>Medidas de accesibilidad:</b>	Subtitulación y Audiodescripción
<b>Ámbito:</b>	Administración General

**EJE 4. TECNOLOGÍA E INVESTIGACIÓN****CONSEJERÍA DE PRESIDENCIA Y HACIENDA****DIRECCIÓN GENERAL DE INFORMÁTICA CORPORATIVA**

<b>CAMPAÑA Nº 4.2</b>	<b>ADMINISTRACIÓN ELECTRÓNICA</b>
<b>Objetivo y finalidad:</b>	Dar a conocer a los ciudadanos los nuevos servicios basados en las tecnologías para relacionarse con la Administración.
<b>Coste estimado:</b>	25.000 €
<b>Período de ejecución:</b>	Segundo cuatrimestre
<b>Medio/s:</b>	Prensa, radio y digital
<b>Zona de influencia:</b>	Región de Murcia
<b>Población objetivo:</b>	General
<b>Medidas de accesibilidad:</b>	Subtitulación y Audiodescripción
<b>Ámbito:</b>	Administración General
<b>Fondos Europeos:</b>	Sí

**EJE 4. TECNOLOGÍA E INVESTIGACIÓN****CONSEJERÍA DE PRESIDENCIA Y HACIENDA****DIRECCIÓN GENERAL DE INFORMÁTICA CORPORATIVA**

<b>CAMPAÑA Nº 4.3</b>	<b>PAEMUR: LA ADMINISTRACIÓN ELECTRÓNICA EN LOS PEQUEÑOS MUNICIPIOS DE LA REGIÓN DE MURCIA</b>
<b>Objetivo y finalidad:</b>	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.
<b>Coste estimado:</b>	6.000 €
<b>Período de ejecución:</b>	Tercer cuatrimestre
<b>Medio/s:</b>	Prensa, radio, televisión y marketing postal
<b>Zona de influencia:</b>	Municipios de menos de 20.000 habitantes
<b>Población objetivo:</b>	General
<b>Medidas de accesibilidad:</b>	Subtitulación y Audiodescripción
<b>Ámbito:</b>	Administración General
<b>Fondos Europeos:</b>	Sí

#### EJE 4. TECNOLOGÍA E INVESTIGACIÓN

#### CONSEJERÍA DE PRESIDENCIA Y HACIENDA

#### DIRECCIÓN GENERAL DE ESTRATEGIA Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL

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

#### EJE 4. TECNOLOGÍA E INVESTIGACIÓN

#### CONSEJERÍA DE PRESIDENCIA Y HACIENDA

#### DIRECCIÓN GENERAL DE ESTRATEGIA Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL

<b>CAMPAÑA Nº 4.5</b>	<b>IMPULSO A LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL EN LA REGIÓN DE MURCIA</b>
<b>Objetivo y finalidad:</b>	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.
<b>Coste estimado:</b>	12.000 €
<b>Período de ejecución:</b>	Anual
<b>Medio/s:</b>	Digital
<b>Zona de influencia:</b>	Región de Murcia
<b>Población objetivo:</b>	General, personal de la administración y empresarios
<b>Medidas de accesibilidad:</b>	Subtitulación y Audiodescripción
<b>Ámbito:</b>	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**

<b>CAMPAÑA Nº 4.6</b>	<b>FOMENTO DEL NEGOCIO ELECTRÓNICO</b>
<b>Objetivo y finalidad:</b> 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.	
<b>Coste estimado:</b>	10.000 €
<b>Período de ejecución:</b>	Segundo y tercer cuatrimestre
<b>Medio/s:</b>	Digital
<b>Zona de influencia:</b>	Región de Murcia
<b>Población objetivo:</b>	Empresarios y emprendedores
<b>Medidas de accesibilidad:</b>	Subtitulación y Audiodescripción
<b>Ámbito:</b>	Administración General

**EJE 4. TECNOLOGÍA E INVESTIGACIÓN****CONSEJERÍA DE PRESIDENCIA Y HACIENDA****FUNDACIÓN INTEGRÁ**

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

**EJE 4. TECNOLOGÍA E INVESTIGACIÓN****CONSEJERÍA DE PRESIDENCIA Y HACIENDA****FUNDACIÓN INTEGRÁ**

<b>CAMPAÑA Nº 4.8</b>	<b>RED CTNET</b>
<b>Objetivo y finalidad:</b> Dar a conocer la existencia de la red regional de comunicaciones de I+D+i CTnet, que gestiona la Fundación Integra.	
<b>Coste estimado:</b>	2.500 €
<b>Período de ejecución:</b>	Tercer cuatrimestre
<b>Medio/s:</b>	Digital
<b>Zona de influencia:</b>	Región de Murcia
<b>Población objetivo:</b>	General
<b>Medidas de accesibilidad:</b>	Subtitulación y Audiodescripción
<b>Ámbito:</b>	Sector Público
<b>Fondos Europeos:</b>	Sí

**EJE 4. TECNOLOGÍA E INVESTIGACIÓN****CONSEJERÍA DE PRESIDENCIA Y HACIENDA****FUNDACIÓN INTEGRÁ**

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

**EJE 4. TECNOLOGÍA E INVESTIGACIÓN****CONSEJERÍA DE PRESIDENCIA Y HACIENDA****FUNDACIÓN INTEGRÁ**

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

**EJE 4. TECNOLOGÍA E INVESTIGACIÓN****CONSEJERÍA DE PRESIDENCIA Y HACIENDA****FUNDACIÓN INTEGRÁ**

<b>CAMPAÑA Nº 4.11</b>	<b>SICARM</b>
<b>Objetivo y finalidad:</b> Invitar a asistir y a participar en la celebración del Foro/demostrador de Nuevas Tecnologías, SICARM, itinerante por municipios.	
<b>Coste estimado:</b>	7.500 €
<b>Período de ejecución:</b>	Tercer cuatrimestre
<b>Medio/s:</b>	Exterior y digital
<b>Zona de influencia:</b>	Región de Murcia
<b>Población objetivo:</b>	General
<b>Medidas de accesibilidad:</b>	Subtitulación y Audiodescripción
<b>Ámbito:</b>	Sector Público
<b>Fondos Europeos:</b>	Sí

**EJE 4. TECNOLOGÍA E INVESTIGACIÓN****CONSEJERÍA DE PRESIDENCIA Y HACIENDA****FUNDACIÓN INTEGRÁ**

<b>CAMPAÑA Nº 4.12</b>	<b>PATRIMONIO DIGITAL</b>
<b>Objetivo y finalidad:</b> 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.	
<b>Coste estimado:</b>	2.500 €
<b>Período de ejecución:</b>	Segundo y tercer cuatrimestre
<b>Medio/s:</b>	Digital
<b>Zona de influencia:</b>	Región de Murcia
<b>Población objetivo:</b>	General
<b>Medidas de accesibilidad:</b>	Subtitulación y Audiodescripción
<b>Ámbito:</b>	Sector Público
<b>Fondos Europeos:</b>	Sí

**EJE 4. TECNOLOGÍA E INVESTIGACIÓN****CONSEJERÍA DE PRESIDENCIA Y HACIENDA****FUNDACIÓN INTEGRÁ**

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

**EJE 4. TECNOLOGÍA E INVESTIGACIÓN****CONSEJERÍA DE PRESIDENCIA Y HACIENDA****FUNDACIÓN INTEGRA**

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

**EJE 4. TECNOLOGÍA E INVESTIGACIÓN****CONSEJERÍA DE EMPLEO, INVESTIGACIÓN Y UNIVERSIDADES****FUNDACIÓN SÉNECA**

<b>CAMPAÑA Nº 4.15</b>	<b>SEMANA DE LA CIENCIA Y LA TECNOLOGÍA</b>
<b>Objetivo y finalidad:</b>	Difundir las actividades de la "Semana de la Ciencia y la Tecnología", y resaltar los elementos más novedosos aportados por los participantes.
<b>Coste estimado:</b>	17.700 €
<b>Período de ejecución:</b>	Tercer cuatrimestre
<b>Medio/s:</b>	Prensa y elementos impresos
<b>Zona de influencia:</b>	Región de Murcia
<b>Población objetivo:</b>	General
<b>Medidas de accesibilidad:</b>	Subtitulación y Audiodescripción
<b>Ámbito:</b>	Sector Público

**EJE 5. INFRAESTRUCTURAS Y SEGURIDAD****CONSEJERÍA DE PRESIDENCIA Y HACIENDA****DIRECCIÓN GENERAL DE ADMINISTRACIÓN LOCAL**

<b>CAMPAÑA Nº 5.1</b>	<b>PLAN DE PEDANÍAS, DIPUTACIONES, BARRIOS PERIFÉRICOS Y/O DEPRIMIDOS / PLAN DE OBRAS Y SERVICIOS</b>
<b>Objetivo y finalidad:</b>	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).
<b>Coste estimado:</b>	22.000 €
<b>Período de ejecución:</b>	Anual
<b>Medio/s:</b>	Exterior
<b>Zona de influencia:</b>	Región de Murcia
<b>Población objetivo:</b>	General
<b>Medidas de accesibilidad:</b>	
<b>Ámbito:</b>	Administración General

**EJE 5. INFRAESTRUCTURAS Y SEGURIDAD****CONSEJERÍA DE TRANSPARENCIA, PARTICIPACIÓN Y ADMINISTRACIÓN PÚBLICA****DIRECCIÓN GENERAL DE SEGURIDAD CIUDADANA Y EMERGENCIAS**

<b>CAMPAÑA Nº 5.2</b>	<b>PLAN COPLA / PLAN INFOMUR</b>
<b>Objetivo y finalidad:</b>	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.
<b>Coste estimado:</b>	11.000 €
<b>Período de ejecución:</b>	Segundo cuatrimestre
<b>Medio/s:</b>	Prensa, radio, televisión, exterior y digital
<b>Zona de influencia:</b>	Región de Murcia
<b>Población objetivo:</b>	General
<b>Medidas de accesibilidad:</b>	Subtitulación y Audiodescripción
<b>Ámbito:</b>	Administración General

**EJE 5. INFRAESTRUCTURAS Y SEGURIDAD****CONSEJERÍA DE FOMENTO E INFRAESTRUCTURAS****DIRECCIÓN GENERAL DE VIVIENDA**

<b>CAMPAÑA Nº 5.3</b>	<b>SERVICIO DE ORIENTACIÓN Y MEDIACIÓN HIPOTECARIA Y DE LA VIVIENDA DE LA REGIÓN DE MURCIA (SOMH)</b>
<b>Objetivo y finalidad:</b>	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.
<b>Coste estimado:</b>	10.000 €
<b>Período de ejecución:</b>	Segundo y tercer cuatrimestre
<b>Medio/s:</b>	Prensa, radio y marketing postal
<b>Zona de influencia:</b>	Región de Murcia
<b>Población objetivo:</b>	General
<b>Medidas de accesibilidad:</b>	
<b>Ámbito:</b>	Administración General

**EJE 5. INFRAESTRUCTURAS Y SEGURIDAD****CONSEJERÍA DE FOMENTO E INFRAESTRUCTURAS****DIRECCIÓN GENERAL DE MOVILIDAD Y LITORAL**

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

## EJE 5. INFRAESTRUCTURAS Y SEGURIDAD

### CONSEJERÍA DE FOMENTO E INFRAESTRUCTURAS

#### DIRECCIÓN GENERAL DE VIVIENDA

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

## EJE 6. POLÍTICAS SOCIALES

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

#### DIRECCIÓN GENERAL DE FAMILIAS Y PROTECCIÓN DE MENORES

<b>CAMPAÑA 6.1</b>	<b>APOYO A LA FAMILIA</b>
<b>Objetivo y finalidad:</b> 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.	
<b>Coste estimado:</b>	10.000 €
<b>Período de ejecución:</b>	Primer cuatrimestre
<b>Medio/s:</b>	Prensa, radio, elementos impresos y digital
<b>Zona de influencia:</b>	Región de Murcia
<b>Población objetivo:</b>	General
<b>Medidas de accesibilidad:</b>	Subtitulación y Audiodescripción
<b>Ámbito:</b>	Administración General

**EJE 6. POLÍTICAS SOCIALES****CONSEJERÍA DE MUJER, IGUALDAD, LGTBI, FAMILIAS Y POLÍTICA SOCIAL****DIRECCIÓN GENERAL DE DE FAMILIA Y PROTECCIÓN DE MENORES**

<b>CAMPAÑA Nº 6.2</b>	<b>DERECHOS DE LA INFANCIA</b>
<b>Objetivo y finalidad:</b> 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.	
<b>Coste estimado:</b>	6.000 €
<b>Período de ejecución:</b>	Primer cuatrimestre
<b>Medio/s:</b>	Prensa, radio, elementos impresos y digital
<b>Zona de influencia:</b>	Región de Murcia
<b>Población objetivo:</b>	General
<b>Medidas de accesibilidad:</b>	Subtitulación y Audiodescripción
<b>Ámbito:</b>	Administración General

**EJE 6. POLÍTICAS SOCIALES****CONSEJERÍA DE MUJER, IGUALDAD, LGTBI, FAMILIAS Y POLÍTICA SOCIAL****DIRECCIÓN GENERAL DE MUJER Y DIVERSIDAD DE GÉNERO**

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

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

**EJE 6. POLÍTICAS SOCIALES****CONSEJERÍA DE MUJER, IGUALDAD, LGTBI, FAMILIAS Y POLÍTICA SOCIAL****DIRECCIÓN GENERAL DE MUJER Y DIVERSIDAD DE GÉNERO**

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

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

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

**EJE 6. POLÍTICAS SOCIALES****CONSEJERÍA DE MUJER, IGUALDAD, LGTBI, FAMILIAS Y POLÍTICA SOCIAL****DIRECCIÓN GENERAL DE DE FAMILIA Y PROTECCIÓN DE MENORES**

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

**EJE 6. POLÍTICAS SOCIALES****CONSEJERÍA DE MUJER, IGUALDAD, LGTBI, FAMILIAS Y POLÍTICA SOCIAL****DIRECCIÓN GENERAL DE MUJER Y DIVERSIDAD DE GÉNERO**

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

**EJE 6. POLÍTICAS SOCIALES****CONSEJERÍA DE MUJER, IGUALDAD, LGTBI, FAMILIAS Y POLÍTICA SOCIAL****DIRECCIÓN GENERAL DE DE FAMILIA Y PROTECCIÓN DE MENORES**

<b>CAMPAÑA Nº 6.10</b>	<b>PROMOCIÓN DE LOS RECURSOS PARA NUESTROS MAYORES</b>
<b>Objetivo y finalidad:</b> 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.	
<b>Coste estimado:</b>	8.000 €
<b>Período de ejecución:</b>	Tercer cuatrimestre
<b>Medio/s:</b>	Prensa, radio y elementos impresos
<b>Zona de influencia:</b>	Región de Murcia
<b>Población objetivo:</b>	General
<b>Medidas de accesibilidad:</b>	
<b>Ámbito:</b>	Administración General

**EJE 6. POLÍTICAS SOCIALES****CONSEJERÍA DE TRANSPARENCIA, PARTICIPACIÓN Y ADMINISTRACIÓN PÚBLICA****DIRECCIÓN GENERAL DE GOBIERNO ABIERTO Y COOPERACIÓN**

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

## EJE 6. POLÍTICAS SOCIALES

### CONSEJERÍA DE EMPLEO, INVESTIGACIÓN Y UNIVERSIDADES

#### DIRECCIÓN GENERAL DE DIÁLOGO SOCIAL Y BIENESTAR LABORAL

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

<b>CAMPAÑA Nº 7.1</b>	<b>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</b>
<b>Objetivo y finalidad:</b> 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.	
<b>Coste estimado:</b>	15.000, €
<b>Período de ejecución:</b>	Segundo cuatrimestre
<b>Medio/s:</b>	Prensa, radio, televisión y digital
<b>Zona de influencia:</b>	Región de Murcia
<b>Población objetivo:</b>	General
<b>Medidas de accesibilidad:</b>	Subtitulación y Audiodescripción
<b>Ámbito:</b>	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**

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

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

**EJE 7. AGUA Y AGRICULTURA****CONSEJERÍA DE AGUA, AGRICULTURA, GANADERÍA, PESCA Y MEDIO AMBIENTE****IMIDA**

<b>CAMPAÑA Nº 7.4</b>	<b>PROMOCIÓN DE PRODUCTOS</b>
<b>Objetivo y finalidad:</b> Dar a conocer las distintas líneas de investigación en el sector agroalimentario en las que están implicados los equipos científicos del IMIDA.	
<b>Coste estimado:</b>	35.000 €
<b>Período de ejecución:</b>	Segundo cuatrimestre
<b>Medio/s:</b>	Prensa, radio, televisión y digital
<b>Zona de influencia:</b>	Región de Murcia
<b>Población objetivo:</b>	Científicos
<b>Medidas de accesibilidad:</b>	Subtitulación y Audiodescripción
<b>Ámbito:</b>	Sector Público
<b>Fondos Europeos:</b>	Sí

**EJE 8. MEDIO AMBIENTE****CONSEJERÍA DE EMPRESA, INDUSTRIA Y PORTAVOCÍA****DIRECCIÓN GENERAL DE ENERGÍA Y ACTIVIDAD INDUSTRIAL Y MINERA**

<b>CAMPAÑA Nº 8.1</b>	<b>ENERGÍAS RENOVABLES, EFICIENCIA ENERGÉTICA Y PRODUCTIVIDAD</b>
<b>Objetivo y finalidad:</b> 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.	
<b>Coste estimado:</b>	12.000 €
<b>Período de ejecución:</b>	Tercer cuatrimestre
<b>Medio/s:</b>	Prensa, radio, exterior, digital y elementos impresos
<b>Zona de influencia:</b>	Región de Murcia
<b>Población objetivo:</b>	Empresarios
<b>Medidas de accesibilidad:</b>	Subtitulación y Audiodescripción
<b>Ámbito:</b>	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**

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

**EJE 8. MEDIO AMBIENTE****CONSEJERÍA DE AGUA, AGRICULTURA, GANADERÍA, PESCA Y MEDIO AMBIENTE****DIRECCIÓN GENERAL DEL MAR MENOR**

<b>CAMPAÑA Nº 8.3</b>	<b>CANAL MAR MENOR</b>
<b>Objetivo y finalidad:</b>	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 atraer su deterioro. También recibe los comentarios y sugerencias de los ciudadanos en torno a la situación de este espacio natural.
<b>Coste estimado:</b>	19.000 €
<b>Período de ejecución:</b>	Anual
<b>Medio/s:</b>	Prensa, radio, televisión y digital.
<b>Zona de influencia:</b>	Región de Murcia
<b>Población objetivo:</b>	General
<b>Medidas de accesibilidad:</b>	Subtitulación y Audiodescripción
<b>Ámbito:</b>	Administración General

**EJE 8. MEDIO AMBIENTE****CONSEJERÍA DE AGUA, AGRICULTURA, GANADERÍA, PESCA Y MEDIO AMBIENTE****DIRECCIÓN GENERAL DEL MAR MENOR**

<b>CAMPAÑA Nº 8.4</b>	<b>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</b>
<b>Objetivo y finalidad:</b>	Informar a los ciudadanos sobre las medidas para paliar el deterioro del Mar Menor.
<b>Coste estimado:</b>	17.000 €
<b>Período de ejecución:</b>	Anual
<b>Medio/s:</b>	Prensa, radio, televisión, exterior, digital, elementos impresos y artículos publicitarios
<b>Zona de influencia:</b>	Región de Murcia
<b>Población objetivo:</b>	General
<b>Medidas de accesibilidad:</b>	Subtitulación y Audiodescripción
<b>Ámbito:</b>	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**

<b>CAMPAÑA Nº 8.5</b>	<b>DEPURACIÓN Y REUTILIZACIÓN DEL AGUA</b>
<b>Objetivo y finalidad:</b>	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.
<b>Coste estimado:</b>	30.000 €
<b>Período de ejecución:</b>	Anual
<b>Medio/s:</b>	Prensa, radio, televisión, exterior, digital, elementos impresos y artículos publicitarios
<b>Zona de influencia:</b>	Región de Murcia
<b>Población objetivo:</b>	General
<b>Medidas de accesibilidad:</b>	Subtitulación y Audiodescripción
<b>Ámbito:</b>	Sector Público

**EJE 9. PARTICIPACIÓN CIUDADANA Y FECHAS CONMEMORATIVAS****CONSEJERÍA DE PRESIDENCIA Y HACIENDA****DIRECCIÓN GENERAL DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL**

<b>CAMPAÑA Nº 9.1</b>	<b>DÍA DE LA REGIÓN</b>
<b>Objetivo y finalidad:</b> 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.	
<b>Coste estimado:</b>	16.000 €
<b>Período de ejecución:</b>	Segundo cuatrimestre
<b>Medio/s:</b>	Prensa, radio, televisión y digital
<b>Zona de influencia:</b>	Región de Murcia
<b>Población objetivo:</b>	General
<b>Medidas de accesibilidad:</b>	Subtitulación y Audiodescripción
<b>Ámbito:</b>	Administración General

**EJE 9. PARTICIPACIÓN CIUDADANA Y FECHAS CONMEMORATIVAS****CONSEJERÍA DE EMPRESA, INDUSTRIA Y PORTAVOCÍA****DIRECCIÓN GENERAL DE UNIÓN EUROPEA**

<b>CAMPAÑA Nº 9.2</b>	<b>EUROPA PARTICIPA</b>
<b>Objetivo y finalidad:</b> 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.	
<b>Coste estimado:</b>	4.000 €
<b>Período de ejecución:</b>	Anual
<b>Medio/s:</b>	Digital
<b>Zona de influencia:</b>	Región de Murcia
<b>Población objetivo:</b>	General
<b>Medidas de accesibilidad:</b>	Subtitulación y Audiodescripción
<b>Ámbito:</b>	Administración General

**EJE 9. PARTICIPACIÓN CIUDADANA Y FECHAS CONMEMORATIVAS****CONSEJERÍA DE EMPRESA, INDUSTRIA Y PORTAVOCÍA****DIRECCIÓN GENERAL DE UNIÓN EUROPEA**

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

**EJE 9. PARTICIPACIÓN CIUDADANA Y FECHAS CONMEMORATIVAS****CONSEJERÍA DE TRANSPARENCIA, PARTICIPACIÓN Y ADMINISTRACIÓN PÚBLICA****DIRECCIÓN GENERAL DE GOBIERNO ABIERTO Y COOPERACIÓN**

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

**EJE 9. PARTICIPACIÓN CIUDADANA Y FECHAS CONMEMORATIVAS****CONSEJERÍA DE TRANSPARENCIA, PARTICIPACIÓN Y ADMINISTRACIÓN PÚBLICA****DIRECCIÓN GENERAL DE GOBIERNO ABIERTO Y COOPERACIÓN**

<b>CAMPAÑA Nº 9.5</b>	<b>DERECHO A SABER</b>
<b>Objetivo y finalidad:</b> 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.	
<b>Coste estimado:</b>	8.000 €
<b>Período de ejecución:</b>	Segundo y tercer cuatrimestre
<b>Medio/s:</b>	Prensa y radio
<b>Zona de influencia:</b>	Región de Murcia
<b>Población objetivo:</b>	General
<b>Medidas de accesibilidad:</b>	
<b>Ámbito:</b>	Administración General

**EJE 9. PARTICIPACIÓN CIUDADANA Y FECHAS CONMEMORATIVAS****CONSEJERÍA DE TRANSPARENCIA, PARTICIPACIÓN Y ADMINISTRACIÓN PÚBLICA****DIRECCIÓN GENERAL DE GOBIERNO ABIERTO Y COOPERACIÓN**

<b>CAMPAÑA Nº 9.6</b>	<b>OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE (ODS)</b>
<b>Objetivo y finalidad:</b> 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.	
<b>Coste estimado:</b>	7.000 €
<b>Período de ejecución:</b>	Segundo y tercer cuatrimestre
<b>Medio/s:</b>	Prensa y radio
<b>Zona de influencia:</b>	Región de Murcia
<b>Población objetivo:</b>	General
<b>Medidas de accesibilidad:</b>	
<b>Ámbito:</b>	Administración General

**EJE 9. PARTICIPACIÓN CIUDADANA Y FECHAS CONMEMORATIVAS****CONSEJERÍA DE TRANSPARENCIA, PARTICIPACIÓN Y ADMINISTRACIÓN PÚBLICA****DIRECCIÓN GENERAL DE GOBIERNO ABIERTO Y COOPERACIÓN**

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

**EJE 10. CULTURA Y TURISMO****CONSEJERÍA DE PRESIDENCIA Y HACIENDA****SECRETARÍA GENERAL**

<b>CAMPAÑA Nº 10.1</b>	<b>SAN ESTEBAN. ESPACIO ABIERTO</b>
<b>Objetivo y finalidad:</b> 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.	
<b>Coste estimado:</b>	14.000 €
<b>Período de ejecución:</b>	Anual.
<b>Medio/s:</b>	Prensa, radio, digital, elementos impresos y artículos publicitarios
<b>Zona de influencia:</b>	Región de Murcia
<b>Población objetivo:</b>	General
<b>Medidas de accesibilidad:</b>	Subtitulación y Audiodescripción
<b>Ámbito:</b>	Administración General

**EJE 10. CULTURA Y TURISMO****CONSEJERÍA DE TURISMO, JUVENTUD Y DEPORTES****INSTITUTO DE TURISMO DE LA REGIÓN DE MURCIA**

<b>CAMPAÑA Nº 10.2</b>	<b>PROMOCIÓN TURÍSTICA NACIONAL E INTERNACIONAL (ITREM)</b>
<b>Objetivo y finalidad:</b> Campañas de promoción nacional e internacional de los atractivos turísticos de la Región de Murcia. Difundir las actividades que se programen desde Turismo de Murcia durante 2019. Incrementar el número de turistas y pernoctaciones en la Región.	
<b>Coste estimado:</b>	1.350.000 €
<b>Período de ejecución:</b>	Anual
<b>Medio/s:</b>	Prensa, radio, televisión, cine, exterior , digital y elementos impresos
<b>Zona de influencia:</b>	Región de Murcia, España e internacional
<b>Población objetivo:</b>	General
<b>Medidas de accesibilidad:</b>	Subtitulación y Audiodescripción
<b>Ámbito:</b>	Sector Público

**EJE 10. CULTURA Y TURISMO****CONSEJERÍA DE EDUCACIÓN Y CULTURA****DIRECCIÓN GENERAL DE BIENES CULTURALES**

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

**EJE 10. CULTURA Y TURISMO****CONSEJERÍA DE EDUCACIÓN Y CULTURA****DIRECCIÓN GENERAL DE BIENES CULTURALES**

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

**EJE 10. CULTURA Y TURISMO****CONSEJERÍA DE EDUCACIÓN Y CULTURA****DIRECCIÓN GENERAL DE BIENES CULTURALES**

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

**EJE 10. CULTURA Y TURISMO****CONSEJERÍA DE EDUCACIÓN Y CULTURA****DIRECCIÓN GENERAL DE BIENES CULTURALES**

<b>CAMPAÑA Nº 10.6</b>	<b>PLAN DE FOMENTO DE LA LECTURA</b>
<b>Objetivo y finalidad:</b> 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.	
<b>Coste estimado:</b>	12.000 €
<b>Período de ejecución:</b>	Tercer cuatrimestre
<b>Medio/s:</b>	Prensa, radio, exterior, digital y televisión
<b>Zona de influencia:</b>	Región de Murcia
<b>Población objetivo:</b>	General
<b>Medidas de accesibilidad:</b>	Subtitulación y Audiodescripción
<b>Ámbito:</b>	Administración General

**EJE 10. CULTURA Y TURISMO****CONSEJERÍA DE EDUCACIÓN Y CULTURA****DIRECCIÓN GENERAL DE BIENES CULTURALES**

<b>CAMPAÑA Nº 10.7</b>	<b>PROMOCIÓN DEL PATRIMONIO REGIONAL: YACIMIENTOS ARQUEOLÓGICOS, PATRIMONIO INMATERIAL, HISTÓRICO Y CULTURAL</b>
<b>Objetivo y finalidad:</b> 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.	
<b>Coste estimado:</b>	16.000 €
<b>Período de ejecución:</b>	Anual
<b>Medio/s:</b>	Prensa, radio y digital
<b>Zona de influencia:</b>	Región de Murcia
<b>Población objetivo:</b>	General
<b>Medidas de accesibilidad:</b>	Subtitulación y Audiodescripción
<b>Ámbito:</b>	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**

<b>CAMPAÑA Nº 10.8</b>	<b>MURCIA REGIÓN DE FESTIVALES</b>
<b>Objetivo y finalidad:</b>	Promover el turismo cultural por medio de los festivales de la Región de Murcia (de música, teatro....).
<b>Coste estimado:</b>	25.000 €
<b>Período de ejecución:</b>	Primer cuatrimestre
<b>Medio/s:</b>	Prensa, radio y televisión
<b>Zona de influencia:</b>	Región de Murcia y España
<b>Población objetivo:</b>	General
<b>Medidas de accesibilidad:</b>	Subtitulación y Audiodescripción
<b>Ámbito:</b>	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**

<b>CAMPAÑA Nº 10.8</b>	<b>XXV ANIVERSARIO AUDITORIO Y CENTRO DE CONGRESOS VÍCTOR VILLEGAS</b>
<b>Objetivo y finalidad:</b>	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.
<b>Coste estimado:</b>	6.000 €
<b>Período de ejecución:</b>	Segundo cuatrimestre
<b>Medio/s:</b>	Prensa, radio, televisión y digital
<b>Zona de influencia:</b>	Región de Murcia
<b>Población objetivo:</b>	General
<b>Medidas de accesibilidad:</b>	Subtitulación y Audiodescripción
<b>Ámbito:</b>	Sector Público

**EJE 10. CULTURA Y TURISMO****CONSEJERÍA DE FOMENTO E INFRAESTRUCTURAS****DIRECCIÓN GENERAL DE MOVILIDAD Y LITORAL**

<b>CAMPAÑA Nº 10.9</b>	<b>LA MANGA 365</b>
<b>Objetivo y finalidad:</b>	Dar a conocer las nuevas infraestructuras que se desarrollan en La Manga del Mar Menor y su entorno, para mejorar la movilidad y sus servicios, y lograr la revitalización y desestacionalización de este enclave.
<b>Coste estimado:</b>	13.000 €
<b>Período de ejecución:</b>	Tercer cuatrimestre
<b>Medio/s:</b>	Radio, exterior y digital
<b>Zona de influencia:</b>	La Manga
<b>Población objetivo:</b>	General
<b>Medidas de accesibilidad:</b>	Subtitulación y Audiodescripción
<b>Ámbito:</b>	Administración General
<b>Fondos Europeos:</b>	Sí



**, SECRETARIO DEL CONSEJO DE PUBLICIDAD Y  
COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL DE LA COMUNIDAD AUTÓNOMA DE LA  
REGIÓN DE MURCIA,**

**CERTIFICA:** Que el día 18 de febrero de 2020 las personas designadas como miembros del Consejo de Publicidad y Comunicación Institucional que a continuación se relacionan, se reunieron con el objeto de constituir el órgano colegiado “Consejo de Publicidad y Comunicación Institucional de la Región de Murcia”.

Asimismo en dicha sesión se procedió al estudio del Plan de Publicidad y Comunicación Institucional para el año 2020, cuya elaboración le corresponde a este Consejo de conformidad con el artículo 12 de la Ley 13/2018, de 29 de noviembre, de Comunicación y Publicidad Institucional de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia, con las propuestas de todas las Consejerías y entes del sector público regional, de acuerdo con los objetivos y prioridades por ellos fijados en el ejercicio de las políticas públicas que les son propias. Estudiado el texto por el presidente y todos los miembros del órgano colegiado, se cerró su redacción definitiva, manifestando los presentes su conformidad al respecto, y se acordó proponer su aprobación al Consejo de Gobierno.

**Miembros del Consejo:**

Presidente: D. Javier Celdrán Lorente.

Por la Consejería de Mujer, Igualdad, LGTBI, Familias y Política Social:

Isabel Franco - Consejera

Por la Consejería de Presidencia y Hacienda:

María Pedro Reverte García - Secretaria General

Por la Consejería de Empresa, Industria y Portavocía:

Antonio Zamora Medina – Secretario General

Por la Consejería de Turismo, Juventud y Deportes:

Juan Francisco Martínez Carrasco - Director General del ITREM

Por la Consejería de Educación y Cultura:

Juana Mulero Cánovas Secretaria General



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

Víctor Manuel Martínez Muñoz. Secretario General

Por la Consejería de Transparencia, Participación y Administración Pública:

Elena García Quiñones. Secretaria General

Por la Consejería de Fomento e Infraestructuras:

Enrique Ujaldón Benítez - Secretaria General

Por la Consejería de Salud:

Andrés Torrente Martínez - Secretario General

Secretario: D. Guillermo Insa Martínez, Director de la Unidad de Coordinación de Servicios de la Consejería de Presidencia y Hacienda

Y, para que conste y a los efectos oportunos, firmo la presente a 19 de febrero de 2020.



20INF0009/MRM ■

**ASUNTO: INFORME JURÍDICO – PLAN DE COMUNICACIÓN Y PUBLICIDAD INSTITUCIONAL 2020.**

En relación con el asunto arriba referenciado, y de acuerdo con el artículo 11 del Decreto 53/2001, de 15 de junio, por el que se aprueba la estructura orgánica de la Consejería de Presidencia así como con lo dispuesto en el Decreto del Presidente nº 170/2019, de 20 de 6 de septiembre por el que se establecen los órganos Directivos de la Consejería de Presidencia y Hacienda, por este Servicio Jurídico se emite el siguiente informe jurídico en relación al Plan anual de comunicación y publicidad institucional 2020 aprobado por el Consejo de Publicidad y Comunicación Institucional, en su sesión de 18 de febrero.

**ANTECEDENTES**

**PRIMERO.-** Se ha remitido a esta Unidad de Coordinación de Servicios expediente relativo al “Plan anual de comunicación y publicidad institucional 2020” a efectos de la emisión del preceptivo informe jurídico previo a la elevación para su aprobación por el Consejo de Gobierno de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia.

**SEGUNDO.-** El Plan ha sido elaborado por el Consejo de Publicidad y Comunicación Institucional de la Región de Murcia 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, incluyendo 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.

**TERCERO.-** Obra en el expediente certificado emitido por el Secretario del Consejo de Publicidad y Comunicación Institucional en el que se indica que se propone para su



elevación y aprobación por Consejo de Gobierno el Plan de Publicidad y Comunicación Institucional 2020 aprobado por dicho Consejo en su sesión de 18 de febrero de 2020.

A la vista de los referidos antecedentes procede realizar las siguientes

## CONSIDERACIONES

### PRIMERA.- Régimen Jurídico.

El artículo 10. Uno.30 de la Ley Orgánica 4/1982, de 9 de junio, del Estatuto de Autonomía de la Región de Murcia, atribuye a la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia competencia exclusiva en materia de publicidad. En ejercicio de la referida competencia se ha aprobado la Ley 13/2018, de 29 de noviembre, de Comunicación y Publicidad Institucional de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia (LCPI), que se alza como el marco normativo en el que se ha de desarrollar la política de comunicación y de publicidad del Gobierno regional.

Este marco regulador se completa con el artículo 4 de la Ley estatal 39/2005, de 29 de diciembre, de Publicidad y Comunicación Institucional, de carácter básico, y con los artículos 7 a 22 de la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad, que definen los tipos de contratos publicitarios (contrato de publicidad, contrato de difusión publicitaria, contrato de creación publicitaria y contrato de patrocinio).

### SEGUNDA.- Consideración previa.

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



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

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

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

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

El Plan que se examina, sólo incluye campañas de publicidad institucional que se realicen en 2020, ya que no todo el contenido de la comunicación institucional es planificable, pues difícilmente puede preverse.



Un claro ejemplo de lo que es difícilmente planificable en comunicación institucional son los patrocinios, motivo por el cual el Plan no incluye los patrocinios concretos a realizar.

Ahora bien, ello no es óbice, para que en planes futuros pudiera hacerse mención al importe económico que se va a destinar a los mismos, así como a las prioridades de interés público y los criterios que se tendrán en cuenta para su selección.

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

### **TERCERA.- Elaboración del Plan.**

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

Los planes se han de elaborar en el marco de la mentada Ley 13/2018, de 29 de noviembre, pero también al amparo de lo previsto en el artículo 3.1, g) de la Ley 40/2015, de 1 de octubre, del Régimen Jurídico del Sector Público, que recoge como principio general de actuación de las administraciones públicas la *“Planificación y dirección por objetivos y control de la gestión y evaluación de los resultados de las políticas públicas”*, principio que igualmente se contempla en la legislación autonómica, en concreto, en el artículo 3.2, c) de la Ley 7/2004, de 28 de diciembre, de Organización y Régimen Jurídico de la Administración Pública de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia.



El Plan anual de comunicación y publicidad institucional 2020 se ha elaborado con las propuestas formuladas por todas las Consejerías y entes del sector público regional, de acuerdo con los objetivos y prioridades por ellos fijados en el ejercicio de las políticas públicas que les son propias.

#### **CUARTA.- Contenido del Plan anual de comunicación y publicidad institucional 2020 (PCPI 2020).**

El Plan incluye todas las campañas de publicidad institucional que tanto la Administración Pública de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia y como el sector público regional pretenden desarrollar durante el ejercicio 2020.

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

El PCPI 2020 se ha estructurado en ejes por materias, en concreto en los siguientes ejes:

- Eje 1. Empleo y economía.
- Eje 2. Salud.
- Eje 3. Educación y Juventud.
- Eje 4. Tecnología e Investigación.
- Eje 5. Infraestructuras y Seguridad.
- Eje 6. Políticas Sociales..
- Eje 7. Agua y Agricultura.
- Eje 8. Medio Ambiente.

---

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



Eje 9. Participación ciudadana y Fechas Conmemorativas.

Eje 10. Cultura y Turismo.

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

El contenido del Plan ha sido examinado a la luz de los parámetros legales fijados por la Ley regional como por la normativa básica, a saber: principios generales que deben respetar las campañas, los objetivos de interés público que han de cumplir y las prohibiciones en las que no pueden incurrir.

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

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

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



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

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

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

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

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

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

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

*i) Difundir ofertas de empleo público.*

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

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

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

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

Durante el ejercicio 2020 los objetivos más fomentados por las distintas campañas publicitarias son:

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



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

Por otro lado, no se observa que las fichas de las campañas incluidas en el anexo del Plan incurran en ninguna de las prohibiciones del artículo 4 de la Ley estatal 39/2005, de 29 de diciembre, de Publicidad y Comunicación Institucional, de carácter básico, ni del artículo 10 de la ley regional. Así, el referido artículo básico prohíbe expresamente las campañas institucionales que tengan como finalidad destacar los logros de gestión o los objetivos alcanzados por los sujetos que las impulsan; que manifiestamente menoscaben, obstaculicen o perturben las políticas públicas o cualquier actuación legítimamente realizada por otro poder público en el ejercicio de sus competencias; que incluyan mensajes discriminatorios, sexistas o contrarios a los principios, valores y derechos constitucionales, y que inciten, de forma directa o indirecta, a la violencia o a comportamientos contrarios al ordenamiento jurídico. A su vez, los mensajes o la presentación de las campañas de publicidad institucional no podrán inducir a confusión con los símbolos, ideas, expresiones, diseños o imágenes empleados por cualquier formación política u organización social; e, igualmente, no se podrán difundir campañas que no se identifiquen claramente como tales y que no incluyan la mención expresa de la Administración o entidad promotora o contratante.

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

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



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

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

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

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

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

#### **QUINTA.- Competencia.**

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



**Región de Murcia**  
Consejería de Presidencia y  
Hacienda  
  
Secretaría General

**Servicio Jurídico**  
Palacio San Esteban  
Acisclo Díaz, s/n  
30071 –Murcia

El referido órgano, cuya composición también se regula en el artículo 11 de la Ley 13/2018, de 29 de noviembre, ha quedado válidamente constituido en su sesión de 18 de febrero de 2020.

El [Decreto del Presidente número 29/2019, de 31 de julio](#), de Reorganización de la Administración Regional, modificado por Decreto de la Presidencia nº 44/2019, de 3 de septiembre, ha variado la denominación y las competencias de distintas Consejerías, efectuando una nueva distribución competencial entre los Departamentos de la Administración Regional afectados. Así corresponde a la Consejería de Presidencia y Hacienda ejercer "...las competencias de coordinación y asesoramiento en materia de comunicación institucional, incluida la presencia digital y el desarrollo de buenas prácticas de comunicación digital a través de las redes sociales y otros medios tecnológicos de la Administración Regional. Igualmente, ejercerá las competencias en materia de publicidad institucional articulada mediante los contratos de publicidad, de difusión publicitaria, y de creación publicitaria de la Administración General de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia así como la coordinación, autorización y supervisión de la misma en los organismos públicos vinculados o dependientes de aquella así como cualesquiera otras que le asigne la legislación vigente".

De conformidad con el Decreto n.º 170/2019, de 6 de septiembre de 2019, por el que se establecen los Órganos Directivos de la Consejería de Presidencia y Hacienda *"la Dirección General de Comunicación Institucional asume las competencias de coordinación y asesoramiento en materia de comunicación e imagen institucional, incluida la presencia digital y el desarrollo de buenas prácticas de comunicación digital a través de las redes sociales y otros medios tecnológicos de la Administración Regional. Igualmente, ejercerá las competencias en materia de publicidad institucional articulada mediante los contratos de publicidad, de difusión publicitaria, y de creación publicitaria de la Administración General de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia así como la coordinación, autorización y supervisión de la misma en los organismos públicos vinculados o dependientes de aquella así como cualesquiera otras que le asigne la legislación vigente"*.

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



**Región de Murcia**  
Consejería de Presidencia y  
Hacienda

Secretaría General

**Servicio Jurídico**

Palacio San Esteban  
Acisclo Díaz, s/n  
30071 –Murcia

Por último, el artículo 22.13 de la Ley 6/2004, de 28 de diciembre, del Presidente y del Consejo de Gobierno de la Región de Murcia, atribuye al Consejo de Gobierno la competencia para aprobar los planes de carácter vinculante para todos los órganos de la Administración regional y de sus organismos públicos.

En consecuencia, de acuerdo con lo expuesto, procede informar favorablemente el Plan anual de comunicación y publicidad Institucional 2020.

**Murcia, a 19 de febrero de 2020**

**Vº Bº**

**DIRECTOR DE LA UNIDAD DE  
COORDINACIÓN DE SERVICIOS**

**Fdo.**

**ASESORA JURÍDICA**

**Fdo.**

19/02/2020 13:32:25

19/02/2020 13:30:56

Esta es una copia auténtica imprimible de un documento electrónico administrativo archivado por la Comunidad Autónoma de Murcia, según artículo 27.3.c) de la Ley 39/2015. Los firmantes y las fechas de firma se muestran en los recuadros. Su autenticidad puede ser contrastada accediendo a la siguiente dirección: <https://sede.carm.es/verificardocumentos> e introduciendo el código seguro de verificación (CSV) CARM