



Región de Murcia
Consejería de Presidencia,
Turismo y Deportes

DON MARCOS ORTUÑO SOTO, 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 cinco de agosto de dos mil veintiuno, a propuesta del Consejero de Presidencia, Turismo y Deportes, el Consejo de Gobierno aprueba el Plan de Publicidad y Comunicación Institucional de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia 2021, que se anexa a la presente certificación, 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.

05/08/2021 12:50:37

ORTUÑO SOTO, MARCOS

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 los 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-6e1fd3a-f5db-1e4b-3123-0050569634e7





PLAN ANUAL DE COMUNICACIÓN Y PUBLICIDAD INSTITUCIONAL



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-6ef14f3a-f5db-1a4b-3123-0050569b34e7

Edita:

Consejería de Presidencia, Turismo y Deportes

Palacio de San Esteban

Acisclo Díaz, s/n, 30071 (Murcia)

Fecha de edición: Julio de 2021





ÍNDICE

PRESENTACIÓN	4
I. INTRODUCCIÓN	5
II. EL RÉGIMEN JURÍDICO	6
III. CONTENIDO DEL PLAN	8
IV. EJES DEL PLAN	10
V. OBJETIVOS DE INTERÉS PÚBLICO DE LAS CAMPAÑAS	12
VI. HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN Y MEDIDAS DE ACCESIBILIDAD	19
VII. ÁMBITO DE DIFUSIÓN Y PÚBLICO OBJETIVO DE LAS CAMPAÑAS	19
VIII. OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE	21
IX. PRESUPUESTO	27
X. EVALUACIÓN	31
XI. CONCLUSIONES	38
ANEXO	33





PRESENTACIÓN

La sociedad en general y por supuesto la Administración Regional, está en estos momentos profundamente influenciada en su quehacer diario por la situación de emergencia pandémica en la que nos encontramos. El Plan de Comunicación y Publicidad Institucional, documento que contiene las líneas maestras de las acciones que en materia de comunicación publicitaria tiene previsto realizar la Comunidad Autónoma y que se confecciona en cumplimiento de lo emanado por la ley autonómica que regula estas acciones institucionales desde finales del año 2018, no podía ser menos.

Este Plan anual de Comunicación y Publicidad Institucional de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia para el presente año 2021, incluye tanto las campañas previstas desde las diferentes Consejerías que conforman la Administración Pública de nuestra región como las propuestas por los diferentes entes y organismos que dependen de ellas.

Un documento que, como se indicaba al inicio, está clara y profundamente influenciado por la situación actual y que ha condicionado su redacción hasta el punto de dirigir la acción publicitaria con dos objetivos principales perfectamente definidos: en primer lugar la difusión de todas y cada una de las medidas establecidas por las autoridades sanitarias para luchar contra la expansión de la enfermedad COVID-19 provocada por el virus *SARS-CoV-2*; y por otro lado, emprender y desarrollar distintas campañas de publicidad con las que potenciar las posibilidades empresariales con las que cuenta la Región de Murcia para que de esa forma se ayude a acelerar la reactivación de la economía regional.

Igualmente se puede asegurar que, con este Plan de Comunicación y Publicidad Institucional, tanto la acción comunicativa como la planificación publicitaria siguen fielmente lo establecido por la legislación autonómica. Todas las campañas previstas responden a razones de interés público y se ajustan a las exigencias derivadas de los principios básicos de lealtad institucional, compromiso, veracidad, transparencia, eficacia y austeridad en el gasto.

Con esta acción el Gobierno Regional materializa la intención manifestada en tantas ocasiones de hacer de la transparencia, la cercanía y la eficacia una bandera que defina la labor pública desarrollada por la Administración Regional y con la que todos los habitantes de la Región de Murcia puedan sentirse identificados.

Marcos Ortuño Soto

Consejero de Presidencia, Turismo y Deportes



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-6ef1df3a-5db-1a4b-3123-0050569b34e7



Región de Murcia
Consejería de Presidencia,
Turismo y Deportes

Dirección General de Comunicación Institucional



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 2021. Se sigue por tanto la línea ya emprendida por el gobierno regional en años anteriores en los que se elaboraron sus correspondientes Planes de Comunicación y Publicidad Institucional.

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

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.





del buen gobierno. De ahí que sea preceptiva la publicación del Plan y de su control "ex post", reflejado en el Informe de evaluación anual, en el Portal de la Transparencia de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia.

El Plan ha sido 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, e 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 2021.

Además, y aunque la ley solo exige la inclusión de las campañas a llevar a cabo por los entes y organismos integrados en dicha Administración Pública, en atención al ámbito de aplicación de dicha ley que se extiende, entre otras, a todas las entidades integrantes del sector público de la CARM, se considera de interés incorporar en el Plan también aquellas campañas de publicidad institucional que el resto de dicho sector público realice, exceptuando aquellas que tengan un 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.

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.

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





Región de Murcia
Consejería de Presidencia,
Turismo y Deportes

Dirección General de Comunicación Institucional

II. EL RÉGIMEN JURÍDICO

05/08/2021 12:50:37

ORTUNO SOTO, MARCOS

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-6ef14f3a-1a4b-3123-0050569b34e7





La Ley 13/2018, de 29 de noviembre, de Comunicación y Publicidad institucional

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, entre otros, destaquen los logros de gestión; 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.





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

Sin ánimo exhaustivo, a título de ejemplo y en relación con los principios generales que deben observarse, la ley prevé que las campañas institucionales de publicidad y comunicación se desarrollen exclusivamente cuando concurren razones de interés público y en el ejercicio de competencias que le sean 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 más adelante.

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

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.

05/08/2021 12:50:37

ORTUNO_SOTO, MARCOS

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-6ef1df3a-5db-1a4b-3123-0050569b34e7





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 contratante.

Si bien a lo largo de 2021 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.

Por último, 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 2022.

III. CONTENIDO DEL PLAN

La previsión para este año 2021 es la realización de **un total de 79 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.

El coste estimado en el caso de las campañas de la Administración General se toma en su conjunto, si bien, aquellas a cargo del resto del sector público incluyen, en cada una de sus fichas, el presupuesto previsto para cada acción.

No obstante, tanto el Instituto de Turismo de la Región de Murcia (ITREM) como el Instituto de Fomento (INFO), dado que realizan a lo largo del año múltiples campañas, a efectos de este Plan se contabiliza una campaña por ente, sin desagregar y con un coste único total.

Es importante anotar que el Plan sólo incluye las campañas de publicidad institucional que se tenga previsto realizar a lo largo del año 2021, 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 ninguna actividad de este tipo, si bien, dado que los patrocinios también forman parte de la publicidad institucional, los que se realicen a lo largo del año serán incluidos en los distintos informes que se remitan a la Asamblea Regional así como publicados en el Portal de Transparencia, todo ello en cumplimiento de la Ley de Comunicación y Publicidad Institucional regional.

El número total de campañas previstas para 2021 es de 79, todas ellas a propuesta de las consejerías y entes del sector público y recogidas en el Anexo I con una ficha por campaña que incluye los principales datos de interés.

El coste de las campañas en el caso de la Administración General viene con una estimación total para todas ellas. El resto del sector público realiza una estimación por acción, excepto en el caso el ITREM y el INFO que contabilizan una campaña sin desagregar y con un coste único.

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





IV. EJES DEL PLAN

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

Los ejes por materias en este plan para 2021 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

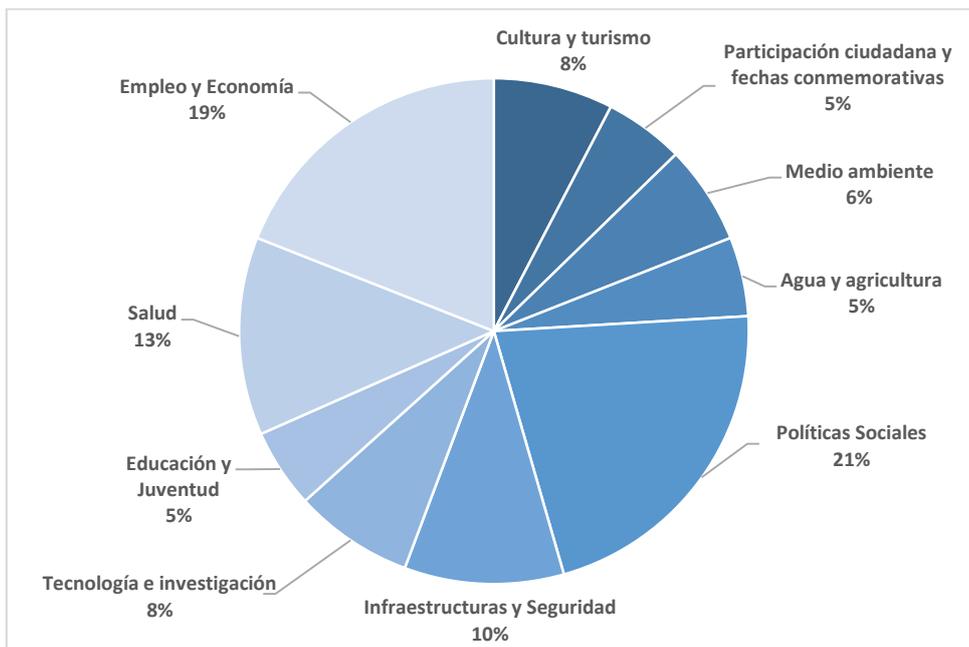
En cuanto a la distribución de las campañas por ejes, tal y como se puede ver en el gráfico a continuación, los que cuentan con un mayor número de ellas son el **Eje 6. Políticas Sociales** con 17 campañas y el **Eje 1. Empleo y Economía** con 15. Le siguen el, el **Eje 2. Salud** con 10 y el **Eje 5. Infraestructuras y Seguridad** con 8 campañas. El resto de ejes oscilan entre 4 y 6 campañas cada uno.

Gráfico 1. Número de campañas por Ejes





Gráfico 2. Porcentaje de número de campañas por Ejes

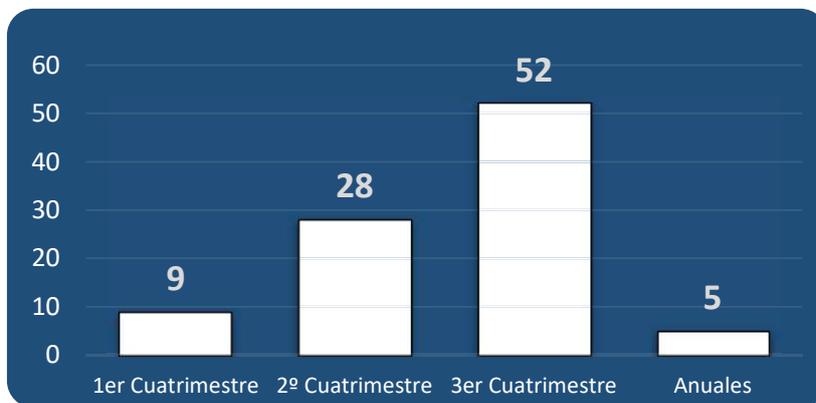


En lo referente al periodo de ejecución de las campañas, 5 de ellas se realizarán de forma anual, es decir que, o bien podrán tener diversas oleadas a lo largo del año, o se realizarán con una cierta presencia continuada a lo largo de varios meses, abarcando más de dos cuatrimestres.

Las 74 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



V. 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 como principal:

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

- FORO DE TECNOLOGÍA EMOCIONAL
- STEAM INTEGRA DIGITAL
- VIOLENCIA DE GÉNERO

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:

- HÁZLO FÁCIL
- PERIODO VOLUNTARIO DE PAGO DE LOS PRINCIPALES TRIBUTOS PERIÓDICOS Y FOMENTO DE LA DOMICILIACIÓN ATRM
- CENTROS DEPORTIVOS SALUDABLES
- PORTAL DEL PACIENTE
- PROMOCIÓN DEL PREAR
- BACHILLERATOS A LA CARTA





- PAECARM
- CURSOS DE FORMACIÓN ON LINE
- MEJORA DE LA EMPLEABILIDAD PARA PERSONAS EN SITUACIÓN DE EXCLUSIÓN SOCIAL
- BUENAS PRÁCTICAS EMPRESARIALES
- CONSUMO RESPONSABLE EN EL HOGAR
- CONSUMO SOSTENIBLE EN EL SECTOR EMPRESARIAL
- GESTIÓN DE RESIDUOS
- FOMENTO DE LA PARTICIPACIÓN JUVENIL EN LOS ASUNTOS PÚBLICOS

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:

- PROMOCIÓN DE LA IGUALDAD Y LA DIVERSIDAD EN LOS JOVENES
- Y YO QUÉ HAGO
- FOMENTO DE LA LECTURA
- PROMOCIÓN II FESTIVAL ESTREN-ARTE

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

- LUCHA CONTRA LA BRECHA SALARIAL
- PROMOCIÓN DE ACTUACIONES CONTRA LA PRECARIEDAD LABORAL
- AYUDAS AUTÓNOMOS
- WEB AUTÓNOMOS
- WEB ECONOMÍA SOCIAL
- ESTRATEGIA POR EL EMPLEO DE CALIDAD 2021-2024
- AYUDAS PARA LA REACTIVACIÓN DEL EMPLEO
- CONVOCATORIAS, PROYECTOS Y SERVICIOS DEL INSTITUTO DE FOMENTO (INFO)
- MUJER RURAL
- DIFUSIÓN DE LA FINANCIACIÓN EUROPEA DE LOS PROGRAMAS OPERATIVOS FEDER Y FSE EN LA REGIÓN DE MURCIA
- FORMACIÓN PROFESIONAL, FORMACIÓN DE FUTURO





- ATENDIENDO A LA DIVERSIDAD
- REPLAY
- TU SEDE ELECTRÓNICA MÁS FÁCIL
- NUEVO MAPA DE MOVILIDAD COTIDIANA
- MODELO DE CONSTRUCCIÓN Y ARQUITECTURA SOSTENIBLE
- AYUDAS PARA LA PROTECCIÓN DEL HOGAR EN LAS CRISIS DEL CORONAVIRUS
- SENSIBILIZACIÓN CONTRA LA VIOLENCIA SEXUAL
- DÍA INTERNACIONAL DEL ORGULLO LGTB
- PLAN CORRESPONSABLES
- EL SISTEMA PÚBLICO DE SERVICIOS SOCIALES
- DIFUSIÓN DEL NUEVO CONTRATO SAD REGIONAL PARA PERSONAS MAYORES
- DÍA INTERNACIONAL DE LAS PERSONAS MAYORES
- ACTUACIONES CONTRA LA SOLEDAD NO DESEADA EN LAS PERSONAS MAYORES
- PROGRAMA ESCOLAR CONSUMO DE FRUTAS Y HORTALIZAS DE LA REGIÓN DE MURCIA
- DIFUSIÓN Y PROMOCIÓN DE LA TRANSPARENCIA

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:

- CONCIENCIACIÓN COVID-19
- VACUNACIÓN CONTRA LA GRIPE
- PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES
- CONTRA EL TABACO
- ERRADICACIÓN DEL MOSQUITO TIGRE
- LOS RIESGOS PSICOSOCIALES TAMBIÉN SON RIESGOS LABORALES
- MEDIDAS DE SEGURIDAD Y PREVENCIÓN ANTE TERREMOTOS
- PREVENCIÓN DE ACCIDENTES EN EL HOGAR DURANTE EL INVIERNO
- PREVENCIÓN DE INCENDIOS FORESTALES
- MEDIDAS DE SEGURIDAD Y PREVENCIÓN ANTE INUNDACIONES
- PLAN COPLA Y PLAN INFOMUR
- PREVENCIÓN Y CONCIENCIACIÓN DEL CONTAGIO COVID-19 ENTRE LA JUVENTUD DE LA REGIÓN DE MURCIA





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

- PREMIOS RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA
- SUMA Y SIGUE
- CAPTACIÓN DE VOLUNTARIOS DE PROTECCIÓN CIVIL
- NO LE DEJES SOLO
- QUIERO ACOGERTE
- POR UNA SOCIEDAD INCLUSIVA Y TOLERANTE
- QUIERO CUIDARTE
- DÍA INTERNACIONAL DE LAS PERSONAS CON DISCAPACIDAD
- DIFUSIÓN DE ACTUACIONES DE LA COOPERACIÓN MURCIANA PARA LUCHAR CONTRA LOS EFECTOS DE LA COVID EN EL MUNDO
- DIFUSIÓN Y PROMOCIÓN DE LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE (ODS)

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

- ARTESANÍA KILÓMETRO CERO
- DÍA DE LA REGIÓN
- REGIÓN DE MURCIA: PATRIMONIO DE LA HUMANIDAD

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

- LUCHA CONTRA LA DESPOBLACIÓN Y MEJORA DE LA CALIDAD DE VIDA EN EL MEDIO RURAL
- RECUPERANDO NUESTRO LEGADO

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:





- PROMOCIÓN DEL PIMIENTO DE LA REGIÓN DE MURCIA
- PROMOCIÓN DEL CONEJO DE LA REGIÓN DE MURCIA
- PROMOCIÓN DE LA FRUTA DE HUESO DE LA REGIÓN DE MURCIA
- REGIÓN DE MURCIA, CAPITAL MUNDIAL DE LOS DEPORTES AGUA 2023
- PROMOCIÓN TURÍSTICA 2021

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 2021 son:

- En **primer lugar** el objetivo *d) Difundir información sobre los derechos y deberes de la ciudadanía y los servicios, actividades y programas de los que se puede beneficiar* con **26 campañas**.
- En **segundo lugar** estaría el objetivo de *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* con **14 campañas**.
- En **tercer lugar**, con **12 campañas**, el objetivo *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*.

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.	3	4 %
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.	14	18 %

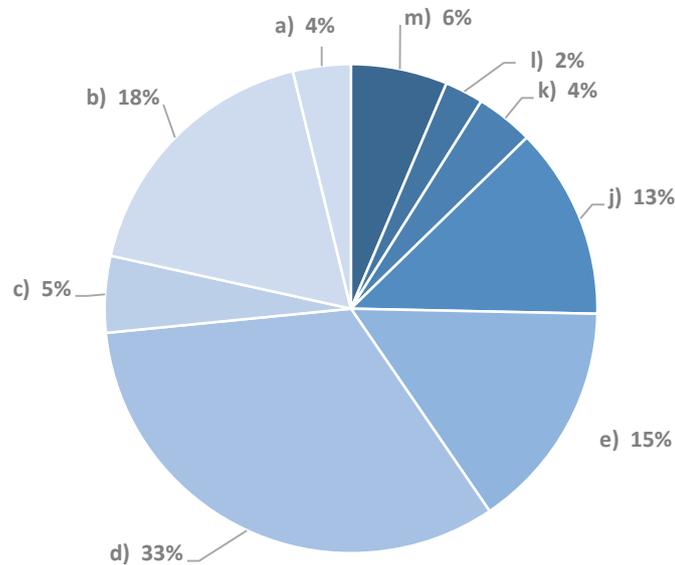




c)	Fomentar actitudes y comportamientos cívicos en la ciudadanía con relación a bienes o servicios públicos de carácter educativo, cultural, social, sanitario, de fomento del empleo y otros de naturaleza equivalente.	4	5 %
d)	Difundir información sobre los derechos y deberes de la ciudadanía y los servicios, actividades y programas de los que se puede beneficiar.	26	33 %
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.	12	15 %
f)	Anunciar medidas en caso de emergencia o catástrofe...	-	-
g)	Difundir los procesos electorales	-	-
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.	10	13 %
k)	Contribuir a la difusión y mejora de la Región de Murcia y de su patrimonio histórico y cultural.	3	4 %
l)	La promoción de los propios valores, imagen o señas de identidad del territorio o la población de la administración anunciante.	2	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.	5	6 %

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.

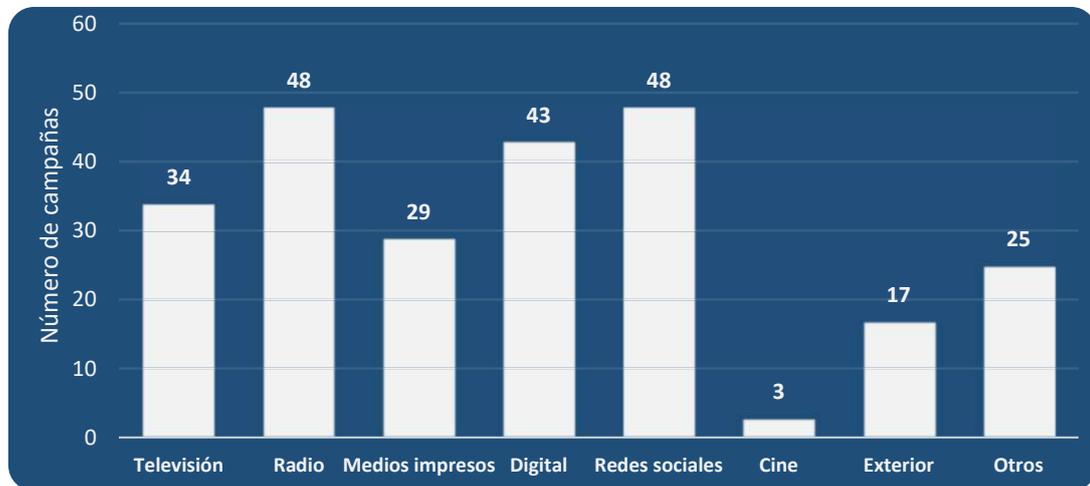




VI. HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN Y MEDIDAS DE ACCESIBILIDAD

De las 79 campañas a realizar, y siendo los medios más utilizados, en 48 de ellas se propone el uso de radio y redes sociales. Le siguen muy de cerca los medios digitales (43 campañas) y la televisión (34). A continuación encontramos medios impresos en 29 de ellas. Minoritariamente se utilizarán otros tales como el cine, soportes de exterior u otros.

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 tales como la subtítulos.

VII. ÁMBITO DE DIFUSIÓN Y PÚBLICO OBJETIVO DE LAS CAMPAÑAS

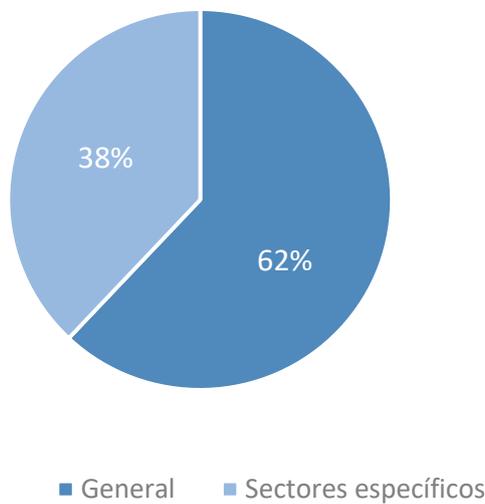
El ámbito de difusión de la gran mayoría de las campañas de publicidad y comunicación institucional es el de toda la Región de Murcia, excepto las que desarrolla el Instituto de Turismo de la Región de Murcia (ITREM) que se enfocan, atendiendo a la finalidad que busca dicho ente de promocionar turísticamente la región, a un mercado más amplio, centrándose tanto en el ámbito regional, como el resto del territorio nacional, europeo e internacional. También la campaña de "Región de Murcia, Capital de los Deportes de Agua", extiende su ámbito más allá de las fronteras regionales.





En cuanto al público objetivo de las campañas, el 62% de ellas se dirigen a toda la población en general, pero hay también campañas orientadas a sectores específicos, tales como: jóvenes, desempleados, emprendedores, empresarios, familias, docentes, etc...

Gráfico 7. Público objetivo



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

- Los **Jóvenes** tienen una capital importancia en las campañas de 2021 ya que a ellos se dirigen gran número de ellas. En concreto serían: MEJORA DE LA EMPLEABILIDAD PARA PERSONAS EN SITUACIÓN DE EXCLUSIÓN SOCIAL, FOMENTO DE LA PARTICIPACIÓN JUVENIL EN LOS ASUNTOS PÚBLICOS, PROMOCIÓN II FESTIVAL ESTREN-ARTE, PROMOCIÓN DE LA IGUALDAD Y LA DIVERSIDAD EN LOS JOVENES, FORMACIÓN PROFESIONAL, FORMACIÓN DE FUTURO, PREVENCIÓN Y CONCIENCIACIÓN DEL CONTAGIO COVID-19 ENTRE LA JUVENTUD DE LA REGIÓN DE MURCIA y SUMA Y SIGUE
- Al **mundo empresarial** se dirigen las campañas de CONSUMO SOSTENIBLE EN EL SECTOR EMPRESARIAL, CONVOCATORIAS, PROYECTOS Y SERVICIOS DEL INSTITUTO DE FOMENTO (INFO) así como la de BUENAS PRÁCTICAS EMPRESARIALES.
- También tienen como público objetivo los **Empresarios** pero ampliándolo a los **Trabajadores** las campañas PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES, PROMOCIÓN DEL PREAR, LUCHA CONTRA LA BRECHA SALARIAL, PROMOCIÓN DE ACTUACIONES CONTRA





LA PRECARIEDAD LABORAL y la denominada LOS RIESGOS PSICOSOCIALES TAMBIÉN SON RIESGOS LABORALES.

- La campaña CONSUMO RESPONSABLE que está enfocada a público en general, pero con especial hincapié a **Asociaciones de Consumidores y Asociaciones Vecinales**.
- La campaña de GESTIÓN DE RESIDUOS al **Personal de la Administración Pública**.
- Las denominadas AYUDAS AUTÓNOMOS y WEB AUTÓNOMOS, como su nombre indica, van dirigidas al colectivo de **Trabajadores Autónomos**. También la de PREMIOS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA, pero que se amplía también al de **Empresarios**.
- La dirigida a promocionar la WEB ECONOMÍA SOCIAL, se dirige a las **Asociaciones de Economía Social** mientras que la de FORO DE TECNOLOGÍA EMOCIONAL a **Profesionales de las Áreas Sociales y TIC**.
- STEAM INTEGRA DIGITA, BACHILLERATOS A LA CARTA L y PROGRAMA ESCOLAR CONSUMO DE FRUTAS Y HORTALIZAS van enfocadas a **Estudiantes, Familias con niños o Jóvenes** en edad escolar así como **Docentes**.
- A **Familias** van enfocadas las campañas QUIERO ACOGERTE y QUIERO CUIDARTE
- Los **Inquilinos** serán los principales receptores de la campaña AYUDAS PARA LA PROTECCIÓN DEL HOGAR EN LAS CRISIS DEL CORONAVIRUS
- Por último, la de DIFUSIÓN DEL NUEVO CONTRATO SAD REGIONAL PARA PERSONAS MAYORES tiene como público objetivo el colectivo de la **Tercera Edad**.

VIII. OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE

La Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible de Naciones Unidas representa el marco global de desarrollo que se pretende para los próximos años, y que tienen un objetivo prioritario: alcanzar el desarrollo para todas las personas, y hacerlo de forma sostenible. A tal efecto, fija 17 objetivos (Objetivos de Desarrollo Sostenibles, ODS) y 169 metas, que abordan las tres dimensiones del desarrollo sostenible: social, económica y medioambiental.

Con fecha 29 de diciembre de 2020, el Consejo de Gobierno de la Región de Murcia aprobó el Plan de Acción para la implementación de la Agenda 2030, con el carácter de ser un **documento de carácter programático** orientado a fijar las acciones a impulsar por el Gobierno Regional **de modo transitorio**, dando el impulso urgente a aspectos clave para avanzar en la implementación





de la Agenda 2030. En él se hace mención al papel fundamental que juega la comunicación institucional para formar una ciudadanía comprometida con la Agenda 2030.

Así, como novedad y a petición de la Dirección General de Gobierno Abierto y Participación, el Plan de Comunicación y Publicidad Institucional para 2021, incluye aquel o aquellos objetivos de desarrollo sostenible que cada una de las campañas pretende alcanzar mediante su difusión.

A continuación se citan dichos objetivos, y dentro de cada uno de ellos se relacionan las campañas de publicidad incluidas en el Plan cuyo fin es su cumplimiento, con un máximo de dos de ellos por campaña:

ODS 1. Poner fin a la pobreza en todas sus formas en todo el mundo

- DIFUSIÓN DE LA FINANCIACIÓN EUROPEA DE LOS PROGRAMAS OPERATIVOS FEDER Y FSE EN LA REGIÓN DE MURCIA
- DIFUSIÓN DE ACTUACIONES DE LA COOPERACIÓN MURCIANA PARA LUCHAR CONTRA LOS EFECTOS DE LA COVID EN EL MUNDO
- QUIERO CUIDARTE
- EL SISTEMA PÚBLICO DE SERVICIOS SOCIALES
- AYUDAS PARA LA PROTECCIÓN DEL HOGAR EN LAS CRISIS DEL CORONAVIRUS

ODS 2. Poner fin al hambre, lograr la seguridad alimentaria y la mejora de la nutrición y promover la agricultura sostenible.

- PROMOCIÓN DE LA FRUTA DE HUESO DE LA REGIÓN DE MURCIA
- PROMOCIÓN DEL CONEJO DE LA REGIÓN DE MURCIA
- PROMOCIÓN DEL PIMIENTO DE LA REGIÓN DE MURCIA

ODS 3. Garantizar una vida sana y promover el bienestar para todos en todas las edades

- CONCIENCIACIÓN COVID-19
- CENTROS DEPORTIVOS SALUDABLES
- SUMA Y SIGUE
- PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES
- VACUNACIÓN CONTRA LA GRIPE
- CONTRA EL TABACO





- ERRADICACIÓN DEL MOSQUITO TIGRE
- PORTAL DEL PACIENTE
- LOS RIESGOS PSICOSOCIALES TAMBIÉN SON RIESGOS LABORALES
- PREVENCIÓN Y CONCIENCIACIÓN DEL CONTAGIO COVID-19 ENTRE LA JUVENTUD DE LA REGIÓN DE MURCIA
- CAPTACIÓN DE VOLUNTARIOS DE PROTECCIÓN CIVIL
- REGIÓN DE MURCIA, CAPITAL MUNDIAL DE LOS DEPORTES AGUA 2023
- PROMOCIÓN II FESTIVAL ESTREN-ARTE
- REGIÓN DE MURCIA: PATRIMONIO DE LA HUMANIDAD
- RECUPERANDO NUESTRO LEGADO
- FOMENTO DE LA LECTURA
- PROGRAMA ESCOLAR CONSUMO DE FRUTAS Y HORTALIZAS
- PROMOCIÓN DE LA IGUALDAD Y LA DIVERSIDAD EN LOS JÓVENES
- ACTUACIONES CONTRA LA SOLEDAD NO DESEADA EN LAS PERSONAS MAYORES
- QUIERO CUIDARTE
- NO LE DEJES SOLO

ODS 4. Garantizar una educación inclusiva, equitativa y de calidad y promover oportunidades de aprendizaje durante toda la vida para todos.

- MUJER RURAL
- PROMOCIÓN DEL PREAR
- FORMACIÓN PROFESIONAL, FORMACIÓN DE FUTURO
- BACHILLERATOS A LA CARTA
- ATENDIENDO A LA DIVERSIDAD
- CURSOS DE FORMACIÓN ON LINE
- FOMENTO DE LA LECTURA
- VIOLENCIA DE GÉNERO
- PLAN CORRESPONSABLES
- DÍA INTERNACIONAL DEL ORGULLO LGTB
- SENSIBILIZACIÓN CONTRA LA VIOLENCIA SEXUAL





ODS 5. Lograr la igualdad entre los géneros y empoderar a todas las mujeres y niñas

- LUCHA CONTRA LA BRECHA SALARIAL
- MUJER RURAL
- STEAM INTEGRA DIGITAL
- PROMOCIÓN DE LA IGUALDAD Y LA DIVERSIDAD EN LOS JÓVENES
- POR UNA SOCIEDAD INCLUSIVA Y TOLERANTE
- VIOLENCIA DE GÉNERO
- PLAN CORRESPONSABLES
- DÍA INTERNACIONAL DEL ORGULLO LGTB
- SENSIBILIZACIÓN CONTRA LA VIOLENCIA SEXUAL

ODS 8. Fomentar el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo, y el trabajo decente para todos.

- LUCHA CONTRA LA BRECHA SALARIAL
- PROMOCIÓN DE ACTUACIONES CONTRA LA PRECARIEDAD LABORAL
- AYUDAS AUTÓNOMOS
- PREMIOS RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA
- WEB AUTÓNOMOS
- WEB ECONOMÍA SOCIAL
- ESTRATEGIA POR EL EMPLEO DE CALIDAD 2021-2024
- AYUDAS PARA LA REACTIVACIÓN DEL EMPLEO
- CONVOCATORIAS, PROYECTOS Y SERVICIOS DEL INSTITUTO DE FOMENTO (INFO)
- DIFUSIÓN DE LA FINANCIACIÓN EUROPEA DE LOS PROGRAMAS OPERATIVOS FEDER Y FSE EN LA REGIÓN DE MURCIA
- HÁZLO FÁCIL
- PERIODO VOLUNTARIO DE PAGO DE LOS PRINCIPALES TRIBUTOS PERIÓDICOS Y FOMENTO DE LA DOMICILIACIÓN ATRM
- PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES
- PAECARM
- CURSOS DE FORMACIÓN ON LINE





- PROMOCIÓN TURÍSTICA 2021
- MEJORA DE LA EMPLEABILIDAD PARA PERSONAS EN SITUACIÓN DE EXCLUSIÓN SOCIAL

ODS 9. Desarrollar infraestructuras resilientes, promover la industrialización inclusiva y sostenible, y fomentar la innovación.

- AYUDAS AUTÓNOMOS
- ARTESANÍA KILÓMETRO CERO
- NUEVO MAPA DE MOVILIDAD COTIDIANA
- MODELO DE CONSTRUCCIÓN Y ARQUITECTURA SOSTENIBLE

ODS 10. Reducir la desigualdad en y entre los países

- EL SISTEMA PÚBLICO DE SERVICIOS SOCIALES
- QUIERO ACOGERTE

ODS 11. Lograr que las ciudades y los asentamientos humanos sean inclusivos, seguros, resilientes y sostenibles.

- LUCHA CONTRA LA DESPOBLACIÓN Y MEJORA DE LA CALIDAD DE VIDA EN EL MEDIO RURAL
- FORO DE TECNOLOGÍA EMOCIONAL
- NUEVO MAPA DE MOVILIDAD COTIDIANA
- MODELO DE CONSTRUCCIÓN Y ARQUITECTURA SOSTENIBLE
- MEDIDAS DE SEGURIDAD Y PREVENCIÓN ANTE TERREMOTOS
- PREVENCIÓN DE ACCIDENTES EN EL HOGAR DURANTE EL INVIERNO
- MEDIDAS DE SEGURIDAD Y PREVENCIÓN ANTE INUNDACIONES

ODS 12. Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles.

- WEB ECONOMÍA SOCIAL
- ARTESANÍA KILÓMETRO CERO
- CONVOCATORIAS, PROYECTOS Y SERVICIOS DEL INSTITUTO DE FOMENTO (INFO)
- GESTIÓN DE RESIDUOS





- CONSUMO SOSTENIBLE EN EL SECTOR EMPRESARIAL
- CONSUMO RESPONSABLE EN EL HOGAR
- BUENAS PRÁCTICAS EMPRESARIALES
- Y YO QUÉ HAGO
- PROGRAMA ESCOLAR CONSUMO DE FRUTAS Y HORTALIZAS
- PROMOCIÓN DE LA FRUTA DE HUESO DE LA REGIÓN DE MURCIA
- PROMOCIÓN DEL CONEJO DE LA REGIÓN DE MURCIA
- PROMOCIÓN DEL PIMIENTO DE LA REGIÓN DE MURCIA

ODS 13. Adoptar medidas urgentes para combatir el cambio climático y sus efectos.

- Y YO QUÉ HAGO

ODS 14. Conservar y utilizar de forma sostenible los océanos, los mares y los recursos marinos para lograr el desarrollo sostenible.

- PLAN COPLA Y PLAN INFOMUR

ODS 15. Gestionar sosteniblemente los bosques, luchar contra la desertificación, detener e invertir la degradación de las tierras, detener la pérdida de biodiversidad.

- LUCHA CONTRA LA DESPOBLACIÓN Y MEJORA DE LA CALIDAD DE VIDA EN EL MEDIO RURAL
- MEDIDAS DE SEGURIDAD Y PREVENCIÓN ANTE TERREMOTOS
- PREVENCIÓN DE INCENDIOS FORESTALES

ODS 16. Promover sociedades justas, pacíficas e inclusivas.

- PERIODO VOLUNTARIO DE PAGO DE LOS PRINCIPALES TRIBUTOS PERIÓDICOS Y FOMENTO DE LA DOMICILIACIÓN ATRM
- FORO DE TECNOLOGÍA EMOCIONAL
- REPLAY
- STEAM INTEGRA DIGITAL
- TU SEDE ELECTRÓNICA MÁS FÁCIL
- DÍA DE LA REGIÓN





- DIFUSIÓN Y PROMOCIÓN DE LA TRANSPARENCIA
- FOMENTO DE LA PARTICIPACIÓN JUVENIL EN LOS ASUNTOS PÚBLICOS
- DIFUSIÓN Y PROMOCIÓN DE LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE (ODS)
- DÍA INTERNACIONAL DE LAS PERSONAS CON DISCAPACIDAD
- DÍA INTERNACIONAL DE LAS PERSONAS MAYORES
- DIFUSIÓN DEL NUEVO CONTRATO SAD REGIONAL PARA PERSONAS MAYORES
- POR UNA SOCIEDAD INCLUSIVA Y TOLERANTE
- QUIERO ACOGERTE
- NO LE DEJES SOLO
- AYUDAS PARA LA PROTECCIÓN DEL HOGAR EN LAS CRISIS DEL CORONAVIRUS

ODS 17. Revitalizar la Alianza Mundial para el Desarrollo Sostenible.

- PREMIOS RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA
- DIFUSIÓN Y PROMOCIÓN DE LA TRANSPARENCIA
- FOMENTO DE LA PARTICIPACIÓN JUVENIL EN LOS ASUNTOS PÚBLICOS
- DIFUSIÓN Y PROMOCIÓN DE LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE (ODS)

IX. PRESUPUESTO

La inversión en campañas de publicidad y comunicación institucional que la Administración Regional tiene previsto realizar durante el ejercicio 2021 asciende a un **total de 3.923.997,00 €**.

En cuanto al peso de la inversión por ejes destaca en primer lugar el *Eje 10. Cultura y Turismo* con un presupuesto de 2.416.000€, atribuible básicamente al ITREM, y que representan el 62% de la inversión. En segundo lugar encontramos el *Eje 1. Economía y Empleo* con un presupuesto de 666.000 €, atribuible más de un tercio del mismo al Instituto de Fomento, y que representa el 17% de la inversión total. 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 224.497 €, que representa un 6% de la inversión.





Gráfico 8. Presupuesto de campañas por Ejes



Tabla 2. Clasificación por ejes¹

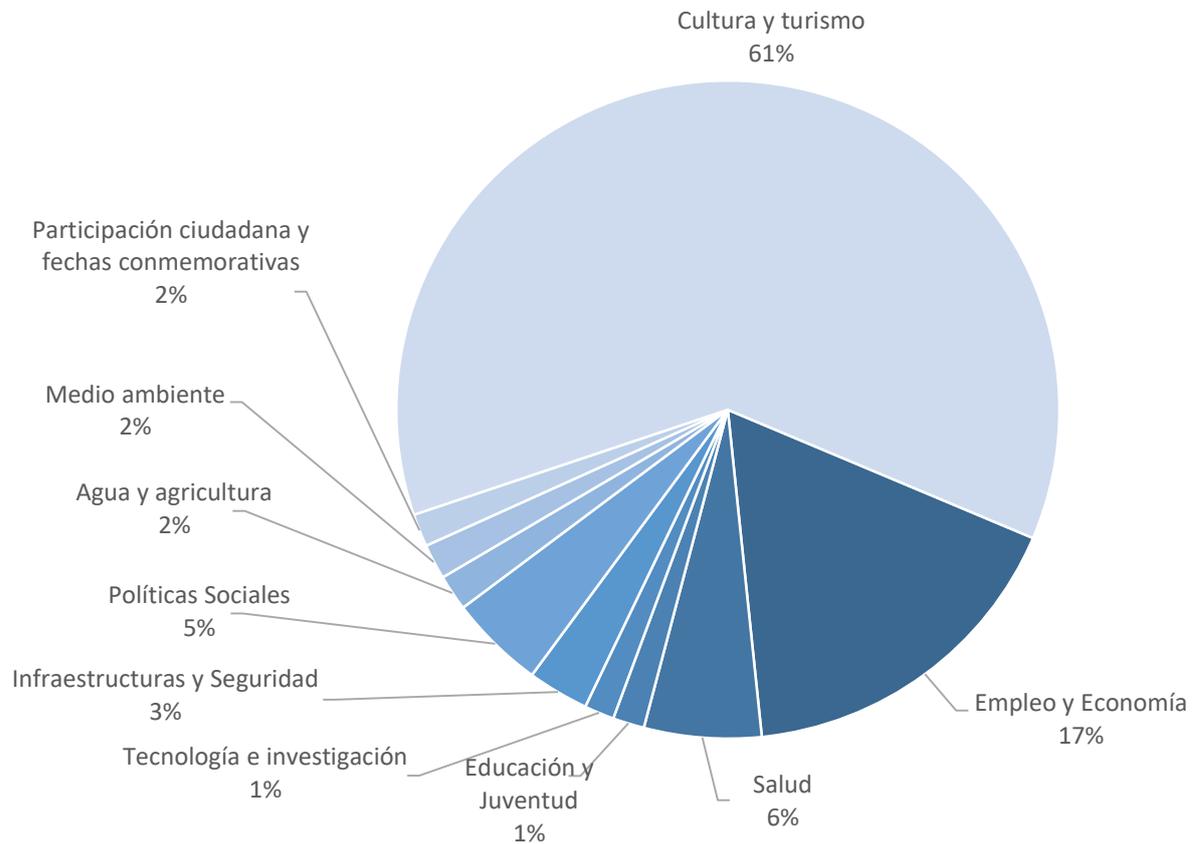
Eje	Campañas	Presupuesto	%
Empleo y Economía	15	666.000,00 €	17%
Salud	10	224.497,00 €	6%
Educación y Juventud	4	60.000,00 €	2%
Tecnología e investigación	6	57.500,00 €	1%
Infraestructuras y Seguridad	8	117.000,00 €	3%
Políticas Sociales	17	183.000,00 €	5%
Agua y agricultura	4	69.000,00 €	2%
Medio ambiente	5	68.000,00 €	2%
Participación ciudadana y fechas conmemorativas	4	63.000,00 €	2%
Cultura y turismo	6	2.416.000,00 €	62%
Total	79	3.923.997,00 €	100%

¹ 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



Dentro de la inversión del sector público el mayor presupuesto corresponde a las campañas del Instituto de Turismo (ITREM), con un total de 2.338.000, seguidas de las del Instituto de Fomento (INFO), con una inversión de 210.000€.

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 2021 se prevé realizar **un total de 5 campañas cuyo presupuesto asciende a 292.500 €**.





Tabla 3. Campañas financiadas con fondos europeos

Consejería/Ente	Campaña	Presupuesto
Economía, Hacienda y Administración Digital	DIFUSIÓN DE LA FINANCIACIÓN EUROPEA DE LOS PROGRAMAS OPERATIVOS FEDER Y FSE EN LA REGIÓN DE MURCIA	265.000 €
Fundación INTEGRA	CURSOS DE FORMACIÓN ON LINE	2.500 €
Fundación INTEGRA	FORO DE TECNOLOGÍA EMOCIONAL	20.000 €
Fundación INTEGRA	REPLAY	2.500 €
Fundación INTEGRA	STEAM INTEGRA DIGITAL	2.500 €
	Total	292.500 €

VIII. EVALUACIÓN

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

Por este motivo, además del informe o memoria de ejecución y valoración final del resultado de cada una de las campañas, que deberán elaborar las empresas que resulten adjudicatarias de la difusión de las mismas, la consejería competente en materia de comunicación institucional, a través del Consejo de Publicidad y de Comunicación Institucional –en cuanto órgano encargado de evaluar las actividades de publicidad y comunicación de la Administración pública de la CARM, y como rendición de cuentas,





elaborará en el primer trimestre de 2022 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.

X. 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 **79 campañas² de publicidad institucional**, con un **presupuesto de 3.923.997 €**.

La **principal prioridad de interés público** en materia de publicidad y comunicación institucional para el año 2021 es *d) Difundir información sobre los derechos y deberes de la ciudadanía y los servicios, actividades y programas de los que se puede beneficiar* con un total de **26 campañas**.

² 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.





Los ejes con **mayor número de campañas** son el *Eje 6. Políticas Sociales* con 12 con 17 campañas seguido del *Eje 1. Empleo y Economía* con 15 campañas y el *Eje 2. Salud* con 10.

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

- El ***Eje 10. Cultura y Turismo*** con un presupuesto de 2.416.000 €, atribuible básicamente al ITREM, y que representa el 62% de la inversión.
- El ***Eje 1. Empleo y Economía*** con un presupuesto de 666.000,00 €, atribuible en gran proporción al INFO, y que representa el 17% de la inversión
- Y por último, el ***Eje 2. Salud*** con un presupuesto de 224.497,00 €, que representa un 6% de la inversión.

En lo referente al público objetivo de las campañas, en un **62% se centran en público general**, mientras que un 38% se orientan a colectivos más específicos.

Si analizamos los medios previsto a utilizar, de las 79 campañas, en 48 de ellas se propone el uso de radio y redes sociales. Le siguen muy de cerca los medios digitales (43 campañas) y la televisión (34). A continuación encontramos medios impresos 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 79 campañas incluidas en el Plan y estructuradas según los 10 ejes por materias.





ORTUNO SOTO, MARCOS

05/08/2021 12:50:37

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-6ef14f3a-f5db-1a4b-3123-0050569b34e7



ORTUNO SOTO, MARCOS

05/08/2021 12:50:37

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-6ef14f3a-f5db-1a4b-3123-0050569b34e7

ANEXO

[Escriba aquí]

ÍNDICE DE EJES Y CAMPAÑAS

1. EMPLEO Y ECONOMÍA

- 01.01 LUCHA CONTRA LA BRECHA SALARIAL
- 01.02 PROMOCIÓN DE ACTUACIONES CONTRA LA PRECARIEDAD LABORAL
- 01.03 AYUDAS AUTÓNOMOS
- 01.04 PREMIOS RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA
- 01.05 WEB AUTÓNOMOS
- 01.06 WEB ECONOMÍA SOCIAL
- 01.07 ARTESANÍA KILÓMETRO CERO
- 01.08 ESTRATEGIA POR EL EMPLEO DE CALIDAD 2021-2024
- 01.09 AYUDAS PARA LA REACTIVACIÓN DEL EMPLEO
- 01.10 CONVOCATORIAS, PROYECTOS Y SERVICIOS DEL INSTITUTO DE FOMENTO (INFO)
- 01.11 MUJER RURAL
- 01.12 LUCHA CONTRA LA DESPOBLACIÓN Y MEJORA DE LA CALIDAD DE VIDA EN EL MEDIO RURAL
- 01.13 DIFUSIÓN DE LA FINANCIACIÓN EUROPEA DE LOS PROGRAMAS OPERATIVOS FEDER Y FSE EN LA REGIÓN DE MURCIA
- 01.14 CANALES TELEMÁTICOS DE ATENCIÓN DE LA AGENCIA TRIBUTARIA DE LA REGIÓN DE MURCIA
- 01.15 PERIODO VOLUNTARIO DE PAGO DE LOS PRINCIPALES TRIBUTOS PERIÓDICOS Y FOMENTO DE LA DOMICILIACIÓN ATRM

2. SALUD

- 02.01 CONCIENCIACIÓN COVID-19
- 02.02 CENTROS DEPORTIVOS SALUDABLES
- 02.03 SUMA Y SIGUE
- 02.04 PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES
- 02.05 VACUNACIÓN CONTRA LA GRIPE
- 02.06 CONTRA EL TABACO
- 02.07 ERRADICACIÓN DEL MOSQUITO TIGRE
- 02.08 PORTAL DEL PACIENTE
- 02.09 LOS RIESGOS PSICOSOCIALES TAMBIÉN SON RIESGOS LABORALES
- 02.10 PREVENCIÓN Y CONCIENCIACIÓN DEL CONTAGIO COVID-19 ENTRE LA JUVENTUD DE LA REGIÓN DE MURCIA

05/08/2021 12:50:37

ORTUÑO.SOTO.MARCO

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-66f14f3a-5db-1a4b-3123-0050569b34e7



[Escriba aquí]

3. EDUCACIÓN Y JUVENTUD

- 03.01 PROMOCIÓN DEL PREAR
- 03.02 FORMACIÓN PROFESIONAL, FORMACIÓN DE FUTURO
- 03.03 BACHILLERATOS A LA CARTA
- 03.04 ATENDIENDO A LA DIVERSIDAD

4. TECNOLOGÍA E INVESTIGACIÓN

- 04.01 PAECARM
- 04.02 CURSOS DE FORMACIÓN ON LINE
- 04.03 FORO DE TECNOLOGÍA EMOCIONAL
- 04.04 REPLAY
- 04.05 STEAM INTEGRA DIGITAL
- 04.06 TU SEDE ELECTRÓNICA MÁS FÁCIL

5. INFRAESTRUCTURAS Y SEGURIDAD.

- 05.01 NUEVO MAPA DE MOVILIDAD COTIDIANA
- 05.02 MODELO DE CONSTRUCCIÓN Y ARQUITECTURA SOSTENIBLE
- 05.03 MEDIDAS DE SEGURIDAD Y PREVENCIÓN ANTE TERREMOTOS
- 05.04 CAPTACIÓN DE VOLUNTARIOS DE PROTECCIÓN CIVIL
- 05.05 PREVENCIÓN DE ACCIDENTES EN EL HOGAR DURANTE EL INVIERNO
- 05.06 PREVENCIÓN DE INCENDIOS FORESTALES
- 05.07 MEDIDAS DE SEGURIDAD Y PREVENCIÓN ANTE INUNDACIONES
- 05.08 PLAN COPLA Y PLAN INFOMUR

6. POLÍTICAS SOCIALES.

- 06.01 AYUDAS PARA LA PROTECCIÓN DEL HOGAR EN LAS CRISIS DEL CORONAVIRUS
- 06.02 NO LE DEJES SOLO
- 06.03 SENSIBILIZACIÓN CONTRA LA VIOLENCIA SEXUAL
- 06.04 QUIERO ACOGERTE
- 06.05 DÍA INTERNACIONAL DEL ORGULLO LGTB
- 06.06 PLAN CORRESPONSABLES
- 06.07 VIOLENCIA DE GÉNERO
- 06.08 POR UNA SOCIEDAD INCLUSIVA Y TOLERANTE



[Escriba aquí]

- 06.09 EL SISTEMA PÚBLICO DE SERVICIOS SOCIALES
- 06.10 QUIERO CUIDARTE
- 06.11 MEJORA DE LA EMPLEABILIDAD PARA PERSONAS EN SITUACIÓN DE EXCLUSIÓN SOCIAL
- 06.12 DIFUSIÓN DEL NUEVO CONTRATO SAD REGIONAL PARA PERSONAS MAYORES
- 06.13 DÍA INTERNACIONAL DE LAS PERSONAS MAYORES
- 06.14 DÍA INTERNACIONAL DE LAS PERSONAS CON DISCAPACIDAD
- 06.15 ACTUACIONES CONTRA LA SOLEDAD NO DESEADA EN LAS PERSONAS MAYORES
- 06.16 PROMOCIÓN DE LA IGUALDAD Y LA DIVERSIDAD EN LOS JOVENES
- 06.17 DIFUSIÓN DE ACTUACIONES DE LA COOPERACIÓN MURCIANA PARA LUCHAR CONTRA LOS EFECTOS DE LA COVID EN EL MUNDO

7. AGUA Y AGRICULTURA.

- 07.01 PROMOCIÓN DEL PIMIENTO DE LA REGIÓN DE MURCIA
- 07.02 PROMOCIÓN DEL CONEJO DE LA REGIÓN DE MURCIA
- 07.03 PROMOCIÓN DE LA FRUTA DE HUESO DE LA REGIÓN DE MURCIA
- 07.04 PROGRAMA ESCOLAR CONSUMO DE FRUTAS Y HORTALIZAS DE LA REGIÓN DE MURCIA

8. MEDIO AMBIENTE.

- 08.01 Y YO QUÉ HAGO
- 08.02 BUENAS PRÁCTICAS EMPRESARIALES
- 08.03 CONSUMO RESPONSABLE EN EL HOGAR
- 08.04 CONSUMO SOSTENIBLE EN EL SECTOR EMPRESARIAL
- 08.05 GESTIÓN DE RESIDUOS

9. PARTICIPACIÓN CIUDADANA Y FECHAS CONMEMORATIVAS.

- 09.01 DIFUSIÓN Y PROMOCIÓN DE LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE (ODS)
- 09.02 FOMENTO DE LA PARTICIPACIÓN JUVENIL EN LOS ASUNTOS PÚBLICOS
- 09.03 DIFUSIÓN Y PROMOCIÓN DE LA TRANSPARENCIA
- 09.04 DÍA DE LA REGIÓN

10. CULTURA Y TURISMO.



[Escriba aquí]

- 10.01 FOMENTO DE LA LECTURA
- 10.02 RECUPERANDO NUESTRO LEGADO
- 10.03 REGIÓN DE MURCIA: PATRIMONIO DE LA HUMANIDAD
- 10.04 PROMOCIÓN II FESTIVAL ESTREN-ARTE
- 10.05 REGIÓN DE MURCIA, CAPITAL MUNDIAL DE LOS DEPORTES AGUA 2023
- 10.06 PROMOCIÓN TURÍSTICA 2021

05/08/2021 12:50:37

ORTUNO SOTO, MARCOS

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-6ef14f3a-5db-1a4b-3123-0050569b34e7





EJE 1: EMPLEO Y ECONOMÍA

CONSEJERÍA DE EMPRESA, EMPLEO, UNIVERSIDADES Y PORTAVOCIA

DIRECCIÓN GENERAL DE DIÁLOGO SOCIAL Y BIENESTAR LABORAL

CAMPAÑA Nº 01.01

LUCHA CONTRA LA BRECHA SALARIAL

Objetivo:

Promover la eliminación de la brecha salarial promocionando la política de igual retribución por trabajo e igual valor entre hombres y mujeres.

Coste estimado: 15.000,00 €

Período de ejecución: Tercer cuatrimestre

Medios: Radio, prensa digital, redes sociales, elementos impresos y exterior

Zona de influencia: Región de Murcia

Población objetivo: Empresarios, Trabajadores

Ámbito: Administración general

EJE 1: EMPLEO Y ECONOMÍA

CONSEJERÍA DE EMPRESA, EMPLEO, UNIVERSIDADES Y PORTAVOCIA

DIRECCIÓN GENERAL DE DIÁLOGO SOCIAL Y BIENESTAR LABORAL

CAMPAÑA Nº 01.02

PROMOCIÓN DE ACTUACIONES CONTRA LA PRECARIEDAD LABORAL

Objetivo:

Concienciar y sensibilizar a trabajadores y empresas sobre la importancia de mejorar la calidad de la contratación, especialmente en materia de temporalidad, parcialidad y horarios laborales.

Coste estimado: 15.000,00 €

Período de ejecución: Tercer cuatrimestre

Medios: Radio, prensa digital, redes sociales, elementos impresos y exterior

Zona de influencia: Región de Murcia

Población objetivo: Empresarios, Trabajadores

Ámbito: Administración general

EJE 1: EMPLEO Y ECONOMÍA

CONSEJERÍA DE EMPRESA, EMPLEO, UNIVERSIDADES Y PORTAVOCIA

05/08/2021 12:50:37

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-6ef14f3a-5db-1a4b-3123-0050569b34e7

ORTUNO.SOTO.MARCO





DIRECCIÓN GENERAL DE ECONOMÍA SOCIAL Y TRABAJO AUTÓNOMO

CAMPAÑA Nº 01.03

AYUDAS AUTÓNOMOS

Objetivo:

Dar publicidad a las ayudas que se publicarán a lo largo del 2021 dentro de los fondos COVID.

Coste estimado: 13.000,00 €

Período de ejecución: Tercer cuatrimestre

Medios: Radio, prensa digital, redes sociales y exterior

Zona de influencia: Región de Murcia

Población objetivo: Autónomos

Ámbito: Administración general

EJE 1: EMPLEO Y ECONOMÍA

CONSEJERÍA DE EMPRESA, EMPLEO, UNIVERSIDADES Y PORTAVOCIA

DIRECCIÓN GENERAL DE ECONOMÍA SOCIAL Y TRABAJO AUTÓNOMO

CAMPAÑA Nº 01.04

PREMIOS RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

Objetivo:

Esta campaña tiene como objetivo potenciar la cultura de la Responsabilidad Social Corporativa en nuestra región mediante la difusión de los 'Premios RSC' para colectivos de la Región de Murcia.

Coste estimado: 15.000,00 €

Período de ejecución: Tercer cuatrimestre

Medios: Radio, prensa digital, redes sociales y exterior

Zona de influencia: Región de Murcia

Población objetivo: Autónomos, Empresarios

Ámbito: Administración general

EJE 1: EMPLEO Y ECONOMÍA

CONSEJERÍA DE EMPRESA, EMPLEO, UNIVERSIDADES Y PORTAVOCIA

DIRECCIÓN GENERAL DE ECONOMÍA SOCIAL Y TRABAJO AUTÓNOMO

CAMPAÑA Nº 01.05

WEB AUTÓNOMOS





Objetivo: Dar publicidad al portal que está previsto realizar sobre trabajadores autónomos.
Coste estimado: 15.000,00 €
Período de ejecución: Tercer cuatrimestre
Medios: Prensa digital, redes sociales y exterior
Zona de influencia: Región de Murcia
Población objetivo: Autónomos
Ámbito: Administración general

EJE 1: EMPLEO Y ECONOMÍA

CONSEJERÍA DE EMPRESA, EMPLEO, UNIVERSIDADES Y PORTAVOCIA

DIRECCIÓN GENERAL DE ECONOMÍA SOCIAL Y TRABAJO AUTÓNOMO

CAMPAÑA Nº 01.06	WEB ECONOMÍA SOCIAL
Objetivo: Dar publicidad al portal que está previsto realizar sobre economía social.	
Coste estimado: 15.000,00 €	
Período de ejecución: Segundo cuatrimestre	
Medios: Prensa digital, redes sociales y elementos impresos	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: Asociaciones de economía social	
Ámbito: Administración general	

EJE 1: EMPLEO Y ECONOMÍA

CONSEJERÍA DE EMPRESA, EMPLEO, UNIVERSIDADES Y PORTAVOCIA

DIRECCIÓN GENERAL DE CONSUMO Y ARTESANÍA

CAMPAÑA Nº 01.07	ARTESANÍA KILÓMETRO CERO
Objetivo: Promocionar la artesanía de la Región de Murcia y mejorar la competitividad del sector artesano regional. Comercializar los productos artesanos en nuestra región como productos ecológicos,	





sostenibles y de cercanía.
Coste estimado: 15.000,00 €
Período de ejecución: Tercer cuatrimestre
Medios: Prensa digital, redes sociales y exterior
Zona de influencia: Región de Murcia
Población objetivo: General
Ámbito: Administración general

EJE 1: EMPLEO Y ECONOMÍA

CONSEJERÍA DE EMPRESA, EMPLEO, UNIVERSIDADES Y PORTAVOCIA

SERVICIO REGIONAL DE EMPLEO Y FORMACIÓN

CAMPAÑA Nº 01.08	ESTRATEGIA POR EL EMPLEO DE CALIDAD 2021-2024
Objetivo: Promoción del Servicio Regional de Empleo y Formación.	
Coste estimado: 15.000,00 €	
Período de ejecución: Segundo y tercer cuatrimestre	
Medios: Televisión, radio, prensa y revistas, prensa digital, redes sociales y elementos impresos	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: General	
Ámbito: Sector público	

EJE 1: EMPLEO Y ECONOMÍA

CONSEJERÍA DE EMPRESA, EMPLEO, UNIVERSIDADES Y PORTAVOCIA

SERVICIO REGIONAL DE EMPLEO Y FORMACIÓN

CAMPAÑA Nº 01.09	AYUDAS PARA LA REACTIVACIÓN DEL EMPLEO
Objetivo: Dar a conocer las diferentes ayudas del SEF que se vayan poniendo en marcha para paliar los efectos de la crisis sanitaria y la reactivación del empleo.	
Coste estimado: 40.000,00 €	
Período de ejecución: Segundo y tercer cuatrimestre	

05/08/2021 12:50:37
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-66f1d43a-1a4b-3123-0050569b34e7





Medios: Televisión, radio, prensa y revistas, prensa digital, redes sociales y elementos impresos

Zona de influencia: Región de Murcia

Población objetivo: General

Ámbito: Sector público

EJE 1: EMPLEO Y ECONOMÍA

CONSEJERÍA DE EMPRESA, EMPLEO, UNIVERSIDADES Y PORTAVOCIA

DIRECCIÓN DEL INSTITUTO DE FOMENTO DE LA REGIÓN DE MURCIA (INFO)

CAMPAÑA Nº 01.10

CONVOCATORIAS, PROYECTOS Y SERVICIOS DEL INSTITUTO DE FOMENTO (INFO)

Objetivo:

Dar a conocer, puntualmente, conforme a necesidad, las convocatorias de ayudas, de eventos, los servicios y proyectos, etc... propios del Info.

Coste estimado: 210.000,00 €

Período de ejecución: Anual

Medios: Prensa, radio y redes sociales

Zona de influencia: Región de Murcia

Población objetivo: Emprendedores, Empresarios

Ámbito: Sector público

EJE 1: EMPLEO Y ECONOMÍA

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

DIRECCIÓN GENERAL DE MUJER Y DIVERSIDAD DE GÉNERO

CAMPAÑA Nº 01.11

MUJER RURAL

Objetivo:

Visibilizar la situación actual de las mujeres en el entorno rural y destacar su importancia en este ámbito.

Coste estimado: 15.000,00 €

Período de ejecución: Segundo y tercer cuatrimestre

Medios: No se señala ningún soporte de los propuestos ya que los mismos se seleccionarán por el plan de medios que se encarga por esta Consejería a una empresa especializada





Zona de influencia: Región de Murcia
Población objetivo: General
Ámbito: Administración general

EJE 1: EMPLEO Y ECONOMÍA

CONSEJERIA DE PRESIDENCIA, TURISMO Y DEPORTES

DIRECCIÓN GENERAL DE ADMINISTRACIÓN LOCAL

CAMPAÑA Nº 01.12	LUCHA CONTRA LA DESPOBLACIÓN Y MEJORA DE LA CALIDAD DE VIDA EN EL MEDIO RURAL
Objetivo: Concienciar acerca de la importancia del medio rural como una parte esencial de nuestra región y sus posibilidades desde el punto de vista turístico como herramienta para evitar la despoblación.	
Coste estimado: 18.000,00 €	
Período de ejecución: Anual	
Medios: Televisión, radio, prensa y revistas y prensa digital	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: General	
Ámbito: Administración general	

EJE 1: EMPLEO Y ECONOMÍA

CONSEJERÍA DE ECONOMÍA, HACIENDA Y ADMINISTRACIÓN DIGITAL

DIRECCIÓN GENERAL DE PRESUPUESTOS Y FONDOS EUROPEOS

CAMPAÑA Nº 01.13	DIFUSIÓN DE LA FINANCIACIÓN EUROPEA DE LOS PROGRAMAS OPERATIVOS FEDER Y FSE EN LA REGIÓN DE MURCIA
Objetivo: Dar a conocer a los ciudadanos de la Región la existencia de los referidos Programas Operativos, la contribución de los Fondos Europeos a los mismos y las acciones más significativas llevadas a cabo en el ámbito de la Comunidad Autónoma de Murcia con fina	
Coste estimado: 265.000,00 €	
Período de ejecución: Tercer cuatrimestre	
Medios: Televisión, radio, prensa y revistas, prensa digital, redes sociales, cine, elementos impresos y exterior	
Zona de influencia: Región de Murcia	





Población objetivo: General

Ámbito: Administración general

EJE 1: EMPLEO Y ECONOMÍA

CONSEJERÍA DE ECONOMÍA, HACIENDA Y ADMINISTRACIÓN DIGITAL

AGENCIA TRIBUTARIA DE LA REGIÓN DE MURCIA

CAMPAÑA Nº 01.14

CANALES TELEMÁTICOS DE ATENCIÓN DE LA AGENCIA TRIBUTARIA DE LA REGIÓN DE MURCIA

Objetivo:

La situación provocada por la pandemia del COVID-19 ha tenido como consecuencia un cambio radical en la atención al ciudadano, dado que no solo se ha restringido el canal presencial durante un periodo de tiempo (en el caso de la ATRM, la Red de Oficinas e

Coste estimado: 0,00 €

Período de ejecución: Segundo y tercer cuatrimestre

Medios: Redes sociales

Zona de influencia: Región de Murcia

Población objetivo: Jóvenes

Ámbito: Sector público

EJE 1: EMPLEO Y ECONOMÍA

CONSEJERÍA DE ECONOMÍA, HACIENDA Y ADMINISTRACIÓN DIGITAL

AGENCIA TRIBUTARIA DE LA REGIÓN DE MURCIA

CAMPAÑA Nº 01.15

PERIODO VOLUNTARIO DE PAGO DE LOS PRINCIPALES TRIBUTOS PERIÓDICOS Y FOMENTO DE LA DOMICILIACIÓN ATRM

Objetivo:

Potenciar y mejorar los resultados de la recaudación voluntaria de las deudas tributarias de vencimiento periódico, e informar de los plazos disponibles para el pago o los medios disponibles para ello.

Coste estimado: 0,00 €

Período de ejecución: Primer cuatrimestre

Medios: Televisión, radio, prensa digital, redes sociales, cine y elementos impresos

Zona de influencia: Región de Murcia

Población objetivo: General

05/08/2021 12:50:37
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-6ef14f3a-5db-1e4b-3123-0050569b34e7

ORTUNO SOTO, MARCOS





Ámbito: Sector público

EJE 2: SALUD

CONSEJERÍA DE SALUD

DIRECCIÓN GENERAL DE SALUD PÚBLICA Y ADICCIONES

CAMPAÑA Nº 02.01

CONCIENCIACIÓN COVID-19

Objetivo:

Ofrecer a la población de la Región de Murcia la información necesaria acerca de a la situación actual de la pandemia y concienciar acerca de las medidas de protección que se deben llevar a cabo, así como cualesquiera otros mensajes que deban darse relaci

Coste estimado: 79.497,00 €

Período de ejecución: Anual

Medios: Televisión, radio, prensa y revistas, prensa digital, redes sociales y exterior

Zona de influencia: Región de Murcia

Población objetivo: General

Ámbito: Administración general

EJE 2: SALUD

CONSEJERIA DE PRESIDENCIA, TURISMO Y DEPORTES

DIRECCIÓN GENERAL DE DEPORTES

CAMPAÑA Nº 02.02

CENTROS DEPORTIVOS SALUDABLES

Objetivo:

La difusión de la marca de calidad 'Centro Deportivo Saludable' y lo que ello conlleva como reconocimiento para instalaciones deportivas , las cuales deben cumplir una serie de requisitos, y que impulsará y mejorará toda la actividad que desarrollan esto

Coste estimado: 15.000,00 €

Período de ejecución: Primer cuatrimestre

Medios: Prensa y revistas, prensa digital, redes sociales y exterior

Zona de influencia: Región de Murcia

Población objetivo: General

Ámbito: Administración general





EJE 2: SALUD

CONSEJERIA DE PRESIDENCIA, TURISMO Y DEPORTES

DIRECCIÓN GENERAL DE JUVENTUD

CAMPAÑA Nº 02.03

SUMA Y SIGUE

Objetivo:

Campaña dirigida a la juventud en la que plantear un mensaje positivo hacia la vacunación contra el SARS-COV2, con el fin de crear un contexto favorable hacia la necesaria inmunidad de la población, de manera que se contrarresten mensajes negacionistas.

Coste estimado: 15.000,00 €

Período de ejecución: Tercer cuatrimestre

Medios: Televisión, radio, prensa digital, redes sociales, elementos impresos y exterior

Zona de influencia: Región de Murcia

Población objetivo: Jóvenes

Ámbito: Administración general

EJE 2: SALUD

CONSEJERÍA DE EMPRESA, EMPLEO, UNIVERSIDADES Y PORTAVOCIA

DIRECCIÓN GENERAL DE DIÁLOGO SOCIAL Y BIENESTAR LABORAL

CAMPAÑA Nº 02.04

PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES

Objetivo:

Trasladar a la sociedad en general, la importancia de prevenir los riesgos laborales para evitar daños a la salud derivados de los mismos. Así mismo se pretende incrementar la cultura preventiva y que esta forme parte de todos los procesos que se llevan a

Coste estimado: 15.000,00 €

Período de ejecución: Tercer cuatrimestre

Medios: Radio, prensa y revistas, prensa digital, redes sociales, elementos impresos y exterior

Zona de influencia: Región de Murcia

Población objetivo: Empresarios, General, Trabajadores

Ámbito: Administración general

EJE 2: SALUD

CONSEJERÍA DE SALUD





DIRECCIÓN GENERAL DE SALUD PÚBLICA Y ADICCIONES

CAMPAÑA Nº 02.05

VACUNACIÓN CONTRA LA GRIPE

Objetivo:

Concienciar a la población sobre la importancia de vacunarse contra la gripe, con el objetivo de aumentar la cobertura de vacunación especialmente sobre la población diana (mayores, embarazadas, sanitarios, etc.).

Coste estimado: 18.000,00 €

Período de ejecución: Tercer cuatrimestre

Medios: Prensa, radio, televisión y digital

Zona de influencia: Región de Murcia

Población objetivo: General

Ámbito: Administración general

EJE 2: SALUD

CONSEJERÍA DE SALUD

DIRECCIÓN GENERAL DE SALUD PÚBLICA Y ADICCIONES

CAMPAÑA Nº 02.06

CONTRA EL TABACO

Objetivo:

Sensibilizar a la población en general sobre los efectos nocivos del tabaquismo, fomentar el abandono del mismo y prevenir contra su consumo.

Coste estimado: 12.000,00 €

Período de ejecución: Tercer cuatrimestre

Medios: Prensa, radio, televisión y digital

Zona de influencia: Región de Murcia

Población objetivo: General

Ámbito: Administración general

EJE 2: SALUD

CONSEJERÍA DE SALUD

DIRECCIÓN GENERAL DE SALUD PÚBLICA Y ADICCIONES

CAMPAÑA Nº 02.07

ERRADICACIÓN DEL MOSQUITO TIGRE

05/08/2021 12:50:37

ORTUÑO SOTO, MARCOS

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-6ef14f3a-5db-1a4b-323-0050569b34e7





Objetivo:

Alertar a la población de la Región de Murcia de los peligros que entraña la proliferación del mosquito tigre y, muy especialmente, facilitar información y consejos sobre las acciones cívicas más adecuadas para dificultar la reproducción de este insecto.

Coste estimado: 12.000,00 €

Período de ejecución: Segundo cuatrimestre

Medios: Radio, televisión y digital

Zona de influencia: Región de Murcia

Población objetivo: General

Ámbito: Administración general

EJE 2: SALUD

CONSEJERÍA DE SALUD

DIRECCIÓN GERENCIA DEL SERVICIO MURCIANO DE SALUD

CAMPAÑA Nº 02.08

PORTAL DEL PACIENTE

Objetivo:

Fomentar el uso del Portal del Paciente entre los usuarios del SMS. Evita desplazamientos, más necesario aún en pandemia.

Coste estimado: 25.000,00 €

Período de ejecución: Segundo y tercer cuatrimestre

Medios: Radio, televisión y digital

Zona de influencia: Región de Murcia

Población objetivo: General

Ámbito: Sector público

EJE 2: SALUD

CONSEJERÍA DE EMPRESA, EMPLEO, UNIVERSIDADES Y PORTAVOCIA

DIRECCIÓN GENERAL DE DIÁLOGO SOCIAL Y BIENESTAR LABORAL

CAMPAÑA Nº 02.09

LOS RIESGOS PSICOSOCIALES TAMBIÉN SON RIESGOS LABORALES

Objetivo:

Trasladar a empresarios y trabajadores la importancia de evaluar y controlar los riesgos psicosociales





en el trabajo, como medida de prevención del estrés y otras situaciones derivadas de un ambiente psicosocial nocivo en las empresas.
Coste estimado: 15.000,00 €
Período de ejecución: Tercer cuatrimestre
Medios: Radio, prensa digital, redes sociales, elementos impresos y exterior
Zona de influencia: Región de Murcia
Población objetivo: Empresarios, Trabajadores
Ámbito: Administración general

EJE 2: SALUD

CONSEJERIA DE PRESIDENCIA, TURISMO Y DEPORTES

DIRECCIÓN GENERAL DE JUVENTUD

CAMPAÑA Nº 02.10	PREVENCIÓN Y CONCIENCIACIÓN DEL CONTAGIO COVID-19 ENTRE LA JUVENTUD DE LA REGIÓN DE MURCIA
Objetivo: Campaña de concienciación para prevenir la transmisión y el contagio COVID-19 entre la población juvenil, y promover actitudes responsables.	
Coste estimado: 18.000,00 €	
Período de ejecución: Segundo cuatrimestre	
Medios:	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: Jóvenes	
Ámbito: Administración general	

EJE 3: EDUCACIÓN Y JUVENTUD

CONSEJERÍA DE EDUCACIÓN Y CULTURA

DIRECCIÓN GENERAL DE EVALUACIÓN EDUCATIVA Y FORMACIÓN PROFESIONAL

CAMPAÑA Nº 03.01	PROMOCIÓN DEL PREAR
Objetivo: Difusión de las próximas convocatorias del PREAR (Procedimiento para el Reconocimiento, Evaluación, Acreditación y Registro de la competencia profesional) mediante las que potenciar la	





puesta en valor de las competencias profesionales adquiridas por las
Coste estimado: 15.000,00 €
Período de ejecución: Anual
Medios: Radio, prensa digital y redes sociales
Zona de influencia: Región de Murcia
Población objetivo: Empresarios, Trabajadores
Ámbito: Administración general

EJE 3: EDUCACIÓN Y JUVENTUD

CONSEJERÍA DE EDUCACIÓN Y CULTURA

DIRECCIÓN GENERAL DE EVALUACIÓN EDUCATIVA Y FORMACIÓN PROFESIONAL

CAMPAÑA Nº 03.02	FORMACIÓN PROFESIONAL, FORMACIÓN DE FUTURO
Objetivo: Dar a conocer la Formación Profesional, haciendo énfasis en el récord histórico de alumnado y el gran número de ciclos formativos que se ofertan.	
Coste estimado: 15.000,00 €	
Período de ejecución: Segundo cuatrimestre	
Medios: Radio, prensa y revistas y redes sociales	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: Jóvenes	
Ámbito: Administración general	

EJE 3: EDUCACIÓN Y JUVENTUD

CONSEJERÍA DE EDUCACIÓN Y CULTURA

DIRECCIÓN GENERAL DE EVALUACIÓN EDUCATIVA Y FORMACIÓN PROFESIONAL

CAMPAÑA Nº 03.03	BACHILLERATOS A LA CARTA
Objetivo: Dar a conocer los diferentes tipos de Bachilleratos que se han impulsado en la Región: de Investigación, Artes, Horarios integrados, Baccaulereat, Internacional, Mares y Bilingüe alemán.	
Coste estimado: 15.000,00 €	

05/08/2021 12:50:37
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-6e1f1d3a-1a4b-1a4b-3123-0050569b34e7

ORTUNO SOTO, MARCOS





Período de ejecución: Segundo cuatrimestre
Medios: Radio, prensa y revistas, prensa digital y redes sociales
Zona de influencia: Región de Murcia
Población objetivo: Familias, Jóvenes
Ámbito: Administración general

EJE 3: EDUCACIÓN Y JUVENTUD

CONSEJERÍA DE EDUCACIÓN Y CULTURA

DIRECCIÓN GENERAL DE INNOVACIÓN EDUCATIVA Y ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD

CAMPAÑA Nº 03.04	ATENDIENDO A LA DIVERSIDAD
Objetivo: Dar a conocer a la ciudadanía de la Región de Murcia los programas puestos en marcha desde la Consejería de Educación y Cultura en materia de atención a la diversidad.	
Coste estimado: 15.000,00 €	
Período de ejecución: Tercer cuatrimestre	
Medios: Televisión, radio, medios impresos y redes sociales	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: General	
Ámbito: Administración general	

EJE 4: TECNOLOGÍA E INVESTIGACIÓN

CONSEJERÍA DE ECONOMÍA, HACIENDA Y ADMINISTRACIÓN DIGITAL

DIRECCION GENERAL DE INFORMÁTICA Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL

CAMPAÑA Nº 04.01	PAECARM
Objetivo: Campaña de difusión de las operaciones financiadas por fondos FEDER: 'DGPI-D-2: Servicio de integración de aplicaciones con la plataforma de Administración Electrónica de la CARM (PAECARM Consejerías)' y 'DGPI-D-3: Plataforma para la prestación de servicio	
Coste estimado: 15.000,00 €	
Período de ejecución: Tercer cuatrimestre	
Medios: Radio, prensa digital y redes sociales	





Zona de influencia: Región de Murcia
Población objetivo: General
Ámbito: Administración general

EJE 4: TECNOLOGÍA E INVESTIGACIÓN

CONSEJERÍA DE ECONOMÍA, HACIENDA Y ADMINISTRACIÓN DIGITAL

FUNDACIÓN INTEGRAL

CAMPAÑA Nº 04.02	CURSOS DE FORMACIÓN ON LINE
Objetivo: Campaña para difundir cursos de la plataforma de formación online de la Fundación Integral entre los ciudadanos de la Región de Murcia y conseguir un mayor número de matriculaciones.	
Coste estimado: 2.500,00 €	
Período de ejecución: Tercer cuatrimestre	
Medios: Prensa digital	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: General	
Ámbito: Sector público	

EJE 4: TECNOLOGÍA E INVESTIGACIÓN

CONSEJERÍA DE ECONOMÍA, HACIENDA Y ADMINISTRACIÓN DIGITAL

FUNDACIÓN INTEGRAL

CAMPAÑA Nº 04.03	FORO DE TECNOLOGÍA EMOCIONAL
Objetivo: Difusión de la segunda edición del Foro de Tecnología Emocional, punto de referencia, reflexión y colaboración sobre las aplicaciones de la tecnología para construir una mejor sociedad para todas las personas.	
Coste estimado: 20.000,00 €	
Período de ejecución: Tercer cuatrimestre	
Medios: Televisión, radio, prensa digital, redes sociales y elementos impresos	
Zona de influencia: Región de Murcia	





Población objetivo: Profesionales de las áreas sociales y TIC

Ámbito: Sector público

EJE 4: TECNOLOGÍA E INVESTIGACIÓN

CONSEJERÍA DE ECONOMÍA, HACIENDA Y ADMINISTRACIÓN DIGITAL

FUNDACIÓN INTEGRRA

CAMPAÑA Nº 04.04

REPLAY

Objetivo:

Campaña para dar difusión del servicio REPLAY (Retransmisión de los Plenos de los Ayuntamientos por Internet) entre la ciudadanía, para que puedan consultar la información que se debate en los plenos de sus municipios y entre los ayuntamientos que quieran

Coste estimado: 2.500,00 €

Período de ejecución: Tercer cuatrimestre

Medios: Prensa, redes sociales y elementos impresos

Zona de influencia: Región de Murcia

Población objetivo: General

Ámbito: Sector público

EJE 4: TECNOLOGÍA E INVESTIGACIÓN

CONSEJERÍA DE ECONOMÍA, HACIENDA Y ADMINISTRACIÓN DIGITAL

FUNDACIÓN INTEGRRA

CAMPAÑA Nº 04.05

STEAM INTEGRRA DIGITAL

Objetivo:

Campaña para dar difusión de diversas acciones de la iniciativa STEAM INTEGRRA DIGITAL cuyos objetivo es fomentar las vocaciones científico tecnológicas entre los más jóvenes, especialmente entre las niñas.

Coste estimado: 2.500,00 €

Período de ejecución: Tercer cuatrimestre

Medios: Prensa, redes sociales y elementos impresos

Zona de influencia: Región de Murcia

Población objetivo: Docentes,Estudiantes

Ámbito: Sector público





EJE 4: TECNOLOGÍA E INVESTIGACIÓN

CONSEJERÍA DE TRANSPARENCIA, PARTICIPACIÓN Y ADMINISTRACIÓN PÚBLICA

DIRECCIÓN GENERAL DE REGENERACIÓN Y MODERNIZACIÓN ADMINISTRATIVA

CAMPAÑA Nº 04.06

TU SEDE ELECTRÓNICA MÁS FÁCIL

Objetivo:

Mejorar el conocimiento de las funcionalidades y herramientas de la sede electrónica de la CARM (<http://sede.carm.es>) por parte de la ciudadanía y empresas, y dar a conocer las mejoras que actualmente se encuentran diseñando en su accesibilidad y usabilidad

Coste estimado: 15.000,00 €

Período de ejecución: Tercer cuatrimestre

Medios: Radio, prensa digital, redes sociales y exterior

Zona de influencia: Región de Murcia

Población objetivo: General

Ámbito: Administración general

EJE 5: INFRAESTRUCTURAS Y SEGURIDAD

CONSEJERÍA DE FOMENTO E INFRAESTRUCTURAS

DIRECCIÓN GENERAL DE MOVILIDAD Y LITORAL

CAMPAÑA Nº 05.01

NUEVO MAPA DE MOVILIDAD COTIDIANA

Objetivo:

Dar a conocer un nuevo sistema de movilidad más accesible, tecnológico y ecoeficaz que garantice máxima cobertura territorial a la población y contribuya a reducir las congestiones de tráfico, así como avanzar en una economía baja en carbono y ambientalme

Coste estimado: 15.000,00 €

Período de ejecución: Segundo y tercer cuatrimestre

Medios: Televisión, radio, prensa y revistas, prensa digital y redes sociales

Zona de influencia: Región de Murcia

Población objetivo: General

Ámbito: Administración general





EJE 5: INFRAESTRUCTURAS Y SEGURIDAD

CONSEJERÍA DE FOMENTO E INFRAESTRUCTURAS

DIRECCIÓN GENERAL DE TERRITORIO Y ARQUITECTURA

CAMPAÑA Nº 05.02

MODELO DE CONSTRUCCIÓN Y ARQUITECTURA SOSTENIBLE

Objetivo:

Dar a conocer a escolares, familias, particulares, empresas y administraciones públicas las medidas contenidas en el nuevo modelo de construcción y arquitectura sostenible dirigido a fomentar ciudades saludables que mejoren la calidad de vida de las perso

Coste estimado: 15.000,00 €

Período de ejecución: Segundo y tercer cuatrimestre

Medios: Televisión, radio, prensa y revistas, prensa digital y redes sociales

Zona de influencia: Región de Murcia

Población objetivo: General

Ámbito: Administración general

EJE 5: INFRAESTRUCTURAS Y SEGURIDAD

CONSEJERÍA DE TRANSPARENCIA, PARTICIPACIÓN Y ADMINISTRACIÓN PÚBLICA

DIRECCIÓN GENERAL DE SEGURIDAD CIUDADANA Y EMERGENCIAS

CAMPAÑA Nº 05.03

MEDIDAS DE SEGURIDAD Y PREVENCIÓN ANTE TERREMOTOS

Objetivo:

Consejos ante posibles movimientos sísmicos.

Coste estimado: 15.000,00 €

Período de ejecución: Tercer cuatrimestre

Medios: Televisión, radio, prensa y revistas y prensa digital

Zona de influencia: Región de Murcia

Población objetivo: General

Ámbito: Administración general

EJE 5: INFRAESTRUCTURAS Y SEGURIDAD

05/08/2021 12:50:37

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-6ef14f3a-1a4b-1a4b-3123-0050569b34e7

ORTUNO.SOTO.MARCO





CONSEJERÍA DE TRANSPARENCIA, PARTICIPACIÓN Y ADMINISTRACIÓN PÚBLICA

DIRECCIÓN GENERAL DE SEGURIDAD CIUDADANA Y EMERGENCIAS

CAMPAÑA Nº 05.04

CAPTACIÓN DE VOLUNTARIOS DE PROTECCIÓN CIVIL

Objetivo:

Campaña dirigida a la captación de voluntarios de Protección Civil para todos los municipios de la región.

Coste estimado: 15.000,00 €

Período de ejecución: Segundo y tercer cuatrimestre

Medios: Televisión, radio, prensa y revistas y prensa digital

Zona de influencia: Región de Murcia

Población objetivo: General

Ámbito: Administración general

EJE 5: INFRAESTRUCTURAS Y SEGURIDAD

CONSEJERÍA DE TRANSPARENCIA, PARTICIPACIÓN Y ADMINISTRACIÓN PÚBLICA

DIRECCIÓN GENERAL DE SEGURIDAD CIUDADANA Y EMERGENCIAS

CAMPAÑA Nº 05.05

PREVENCIÓN DE ACCIDENTES EN EL HOGAR DURANTE EL INVIERNO

Objetivo:

Difusión de consejos ante olas de frío, nieve, uso de chimeneas, braseros y calefactores.

Coste estimado: 15.000,00 €

Período de ejecución: Tercer cuatrimestre

Medios: Televisión, radio, prensa y revistas y prensa digital

Zona de influencia: Región de Murcia

Población objetivo: General

Ámbito: Administración general

EJE 5: INFRAESTRUCTURAS Y SEGURIDAD

CONSEJERÍA DE TRANSPARENCIA, PARTICIPACIÓN Y ADMINISTRACIÓN PÚBLICA

DIRECCIÓN GENERAL DE SEGURIDAD CIUDADANA Y EMERGENCIAS

05/08/2021 12:50:37

ORTUÑO SOTO, MARCOS

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-6ef14f3a-1a4b-1a4b-3123-0050569b34e7





CAMPAÑA Nº 05.06	PREVENCIÓN DE INCENDIOS FORESTALES
Objetivo: Concienciar a los ciudadanos sobre el peligro que suponen los incendios forestales, así como las acciones que se pueden llevar a cabo para contribuir a la prevención de los mismos.	
Coste estimado: 15.000,00 €	
Período de ejecución: Segundo cuatrimestre	
Medios: Televisión, radio, prensa y revistas y prensa digital	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: General	
Ámbito: Administración general	

EJE 5: INFRAESTRUCTURAS Y SEGURIDAD

CONSEJERÍA DE TRANSPARENCIA, PARTICIPACIÓN Y ADMINISTRACIÓN PÚBLICA

DIRECCIÓN GENERAL DE SEGURIDAD CIUDADANA Y EMERGENCIAS

CAMPAÑA Nº 05.07	MEDIDAS DE SEGURIDAD Y PREVENCIÓN ANTE INUNDACIONES
Objetivo: Consejos y medidas preventivas para la actuación en caso de inundaciones dirigidas a la población.	
Coste estimado: 15.000,00 €	
Período de ejecución: Tercer cuatrimestre	
Medios: Televisión, radio, prensa y revistas y prensa digital	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: General	
Ámbito: Administración general	

EJE 5: INFRAESTRUCTURAS Y SEGURIDAD

CONSEJERÍA DE TRANSPARENCIA, PARTICIPACIÓN Y ADMINISTRACIÓN PÚBLICA

DIRECCIÓN GENERAL DE SEGURIDAD CIUDADANA Y EMERGENCIAS

CAMPAÑA Nº 05.08	PLAN COPLA Y PLAN INFOMUR
Objetivo:	





Consejos a la población e información acerca del Plan de Vigilancia, Rescate en Playas y Salvamento en la Mar de la Región de Murcia (PLAN COPLA) así como del Plan de Protección Civil de Emergencia por Incendios Forestales en la Región de Murcia (PLAN INF)

Coste estimado: 12.000,00 €

Período de ejecución: Segundo cuatrimestre

Medios: Televisión, radio, prensa y revistas y prensa digital

Zona de influencia: Región de Murcia

Población objetivo: General

Ámbito: Administración general

EJE 6: POLÍTICAS SOCIALES

CONSEJERÍA DE FOMENTO E INFRAESTRUCTURAS

DIRECCIÓN GENERAL DE VIVIENDA

CAMPAÑA Nº 06.01

AYUDAS PARA LA PROTECCIÓN DEL HOGAR EN LAS CRISIS DEL CORONAVIRUS

Objetivo:

Dar a conocer a familias, jóvenes, personas vulnerables, personas en situación de desahucios, constructores y promotores todas las ayudas y servicios para garantizar la permanencia de las familias en sus hogares tras la crisis económica provocada por el c

Coste estimado: 18.000,00 €

Período de ejecución: Segundo cuatrimestre

Medios: Televisión, radio, prensa y revistas, prensa digital y redes sociales

Zona de influencia: Región de Murcia

Población objetivo: Inquilinos

Ámbito: Administración general

EJE 6: POLÍTICAS SOCIALES

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

DIRECCIÓN GENERAL DE FAMILIAS Y PROTECCIÓN DE MENORES

CAMPAÑA Nº 06.02

NO LE DEJES SOLO

Objetivo:

Sensibilización de la población y de los ámbitos notificadores para el desarrollo del buen trato a la infancia y la adolescencia.





Coste estimado: 15.000,00 €
Período de ejecución: Tercer cuatrimestre
Medios: No se señala ningún soporte de los propuestos ya que los mismos se seleccionarán por el plan de medios que se encarga por esta Consejería a una empresa especializada
Zona de influencia: Región de Murcia
Población objetivo: General
Ámbito: Administración general

EJE 6: POLÍTICAS SOCIALES

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

DIRECCIÓN GENERAL DE MUJER Y DIVERSIDAD DE GÉNERO

CAMPAÑA Nº 06.03	SENSIBILIZACIÓN CONTRA LA VIOLENCIA SEXUAL
Objetivo: Campaña dirigida a sensibilizar acerca del consumo de la pornografía y la prostitución, especialmente entre jóvenes, siendo estos dos de los principales contextos donde se nutre la violencia sexual.	
Coste estimado: 15.000,00 €	
Período de ejecución: Segundo y tercer cuatrimestre	
Medios: No se señala ningún soporte de los propuestos ya que los mismos se seleccionarán por el plan de medios que se encarga por esta Consejería a una empresa especializada	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: General	
Ámbito: Administración general	

EJE 6: POLÍTICAS SOCIALES

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

DIRECCIÓN GENERAL DE FAMILIAS Y PROTECCIÓN DE MENORES

CAMPAÑA Nº 06.04	QUIERO ACOGERTE
Objetivo: Se pretende la búsqueda de familias que se ofrezcan para el acogimiento permanente de menores tutelados, con características especiales derivadas de su edad, discapacidad y/o antecedentes familiares, para favorecer que se atiendan en un ambiente familiar	
Coste estimado: 15.000,00 €	





Período de ejecución: Tercer cuatrimestre

Medios: No se señala ningún soporte de los propuestos ya que los mismos se seleccionarán por el plan de medios que se encarga por esta Consejería a una empresa especializada

Zona de influencia: Región de Murcia

Población objetivo: Familias

Ámbito: Administración general

EJE 6: POLÍTICAS SOCIALES

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

DIRECCIÓN GENERAL DE MUJER Y DIVERSIDAD DE GÉNERO

CAMPAÑA Nº 06.05

DÍA INTERNACIONAL DEL ORGULLO LGTB

Objetivo:

Campaña dirigida a reforzar la visibilidad del colectivo LGTB y avanzar hacia unos derechos plenos.

Coste estimado: 15.000,00 €

Período de ejecución: Segundo y tercer cuatrimestre

Medios: No se señala ningún soporte de los propuestos ya que los mismos se seleccionarán por el plan de medios que se encarga por esta Consejería a una empresa especializada

Zona de influencia: Región de Murcia

Población objetivo: General

Ámbito: Administración general

EJE 6: POLÍTICAS SOCIALES

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

DIRECCIÓN GENERAL DE MUJER Y DIVERSIDAD DE GÉNERO

CAMPAÑA Nº 06.06

PLAN CORRESPONSABLES

Objetivo:

Difundir las actuaciones de este plan el cual tiene como objetivo la creación de una red de profesionales de cuidadores de menores de 14 años, que atiendan a estos mientras los progenitores trabajan.

Coste estimado: 15.000,00 €

Período de ejecución: Segundo y tercer cuatrimestre

Medios: No se señala ningún soporte de los propuestos ya que los mismos se seleccionarán por el





plan de medios que se encarga por esta Consejería a una empresa especializada

Zona de influencia: Región de Murcia

Población objetivo: General

Ámbito: Administración general

EJE 6: POLÍTICAS SOCIALES

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

DIRECCIÓN GENERAL DE MUJER Y DIVERSIDAD DE GÉNERO

CAMPAÑA Nº 06.07

VIOLENCIA DE GÉNERO

Objetivo:

Su objetivo es concienciar a la población acerca de la violencia de género, así como dar a conocer los sistemas de protección de que disponen las mujeres que la sufren.

Coste estimado: 15.000,00 €

Período de ejecución: Segundo y tercer cuatrimestre

Medios: No se señala ningún soporte de los propuestos ya que los mismos se seleccionarán por el plan de medios que se encarga por esta Consejería a una empresa especializada

Zona de influencia: Región de Murcia

Población objetivo: General

Ámbito: Administración general

EJE 6: POLÍTICAS SOCIALES

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

DIRECCIÓN GENERAL DE MUJER Y DIVERSIDAD DE GÉNERO

CAMPAÑA Nº 06.08

POR UNA SOCIEDAD INCLUSIVA Y TOLERANTE

Objetivo:

Combatir la discriminación y la desigualdad. Defender el derecho de las personas a mostrarse tal como son, independientemente de su origen nacional o étnico, ideología, identidad sexual, sexo o género, religión o capacidades intelectuales o físicas para

Coste estimado: 15.000,00 €

Período de ejecución: Tercer cuatrimestre

Medios: No se señala ningún soporte de los propuestos ya que los mismos se seleccionarán por el plan de medios que se encarga por esta Consejería a una empresa especializada

Zona de influencia: Región de Murcia





Población objetivo: General

Ámbito: Administración general

EJE 6: POLÍTICAS SOCIALES

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

DIRECCIÓN GENERAL DE SERVICIOS SOCIALES Y RELACIONES CON EL TERCER SECTOR

CAMPAÑA Nº 06.09

EL SISTEMA PÚBLICO DE SERVICIOS SOCIALES

Objetivo:

Explicar las actuaciones que se realizan desde el sistema públicos de servicios sociales, su acceso, localización y que servicios ofrecen. Que la ciudadanía conozca las diferentes prestaciones. Trasladar la red de servicios y equipamientos.

Coste estimado: 15.000,00 €

Período de ejecución: Tercer cuatrimestre

Medios: No se señala ningún soporte de los propuestos ya que los mismos se seleccionarán por el plan de medios que se encarga por esta Consejería a una empresa especializada

Zona de influencia: Región de Murcia

Población objetivo: General

Ámbito: Administración general

EJE 6: POLÍTICAS SOCIALES

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

DIRECCIÓN GENERAL DE FAMILIAS Y PROTECCIÓN DE MENORES

CAMPAÑA Nº 06.10

QUIERO CUIDARTE

Objetivo:

Se pretende la búsqueda de familias que se ofrezcan para el acogimiento urgencia diagnóstico de menores tutelados de 0 a 3 años, para favorecer que se atiendan en un ambiente familiar que favorezca su desarrollo.

Coste estimado: 15.000,00 €

Período de ejecución: Tercer cuatrimestre

Medios: No se señala ningún soporte de los propuestos ya que los mismos se seleccionarán por el plan de medios que se encarga por esta Consejería a una empresa especializada

Zona de influencia: Región de Murcia

Población objetivo: Familias

Ámbito: Administración general





EJE 6: POLÍTICAS SOCIALES

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

GERENCIA DEL INSTITUTO MURCIANO DE ACCIÓN SOCIAL

CAMPAÑA Nº 06.11

MEJORA DE LA EMPLEABILIDAD PARA PERSONAS EN SITUACIÓN DE EXCLUSIÓN SOCIAL

Objetivo:

Dar a conocer los programas de mejora de la empleabilidad para personas en situación de vulnerabilidad social, financiados por el IMAS y el FSE.

Coste estimado: 0,00 €

Período de ejecución: Segundo cuatrimestre

Medios: No se señala ningún soporte de los propuestos ya que los mismos se seleccionarán por el plan de medios que se encarga por esta Consejería a una empresa especializada

Zona de influencia: Región de Murcia

Población objetivo: Jóvenes

Ámbito: Sector público

EJE 6: POLÍTICAS SOCIALES

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

GERENCIA DEL INSTITUTO MURCIANO DE ACCIÓN SOCIAL

CAMPAÑA Nº 06.12

DIFUSIÓN DEL NUEVO CONTRATO SAD REGIONAL PARA PERSONAS MAYORES

Objetivo:

Con motivo de la firma del nuevo contrato regional del Servicio de Ayuda a Domicilio (SAD) para personas mayores, se propone difundir el servicio cubierto por dicho contrato.

Coste estimado: 0,00 €

Período de ejecución: Tercer cuatrimestre

Medios: No se señala ningún soporte de los propuestos ya que los mismos se seleccionarán por el plan de medios que se encarga por esta Consejería a una empresa especializada

Zona de influencia: Región de Murcia

Población objetivo: Tercera edad

Ámbito: Sector público

EJE 6: POLÍTICAS SOCIALES

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





GERENCIA DEL INSTITUTO MURCIANO DE ACCIÓN SOCIAL

CAMPAÑA Nº 06.13	DÍA INTERNACIONAL DE LAS PERSONAS MAYORES
Objetivo: Con motivo de la conmemoración del Día Internacional de las Personas Mayores, se propone campaña de sensibilización sobre las personas mayores, su situación y las barreras que les impiden participar y ejercer sus derechos en igualdad de condiciones que el	
Coste estimado: 0,00 €	
Período de ejecución: Tercer cuatrimestre	
Medios: No se señala ningún soporte de los propuestos ya que los mismos se seleccionarán por el plan de medios que se encarga por esta Consejería a una empresa especializada	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: General	
Ámbito: Sector público	

EJE 6: POLÍTICAS SOCIALES

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

GERENCIA DEL INSTITUTO MURCIANO DE ACCIÓN SOCIAL

CAMPAÑA Nº 06.14	DÍA INTERNACIONAL DE LAS PERSONAS CON DISCAPACIDAD
Objetivo: Con motivo de la conmemoración del Día Internacional de las Personas con Discapacidad, se propone campaña de sensibilización sobre las barreras sociales que impiden a las personas con discapacidad participar y ejercer sus derechos en igualdad de condición	
Coste estimado: 0,00 €	
Período de ejecución: Tercer cuatrimestre	
Medios: No se señala ningún soporte de los propuestos ya que los mismos se seleccionarán por el plan de medios que se encarga por esta Consejería a una empresa especializada	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: General	
Ámbito: Sector público	

EJE 6: POLÍTICAS SOCIALES

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





GERENCIA DEL INSTITUTO MURCIANO DE ACCIÓN SOCIAL

CAMPAÑA Nº 06.15	ACTUACIONES CONTRA LA SOLEDAD NO DESEADA EN LAS PERSONAS MAYORES
Objetivo: Dar a conocer las actuaciones que se llevan a cabo desde el IMAS contra la soledad no deseada en las personas mayores.	
Coste estimado: 0,00 €	
Período de ejecución: Tercer cuatrimestre	
Medios: No se señala ningún soporte de los propuestos ya que los mismos se seleccionarán por el plan de medios que se encarga por esta Consejería a una empresa especializada	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: General	
Ámbito: Sector público	

EJE 6: POLÍTICAS SOCIALES

CONSEJERIA DE PRESIDENCIA, TURISMO Y DEPORTES

DIRECCIÓN GENERAL DE JUVENTUD

CAMPAÑA Nº 06.16	PROMOCIÓN DE LA IGUALDAD Y LA DIVERSIDAD EN LOS JOVENES
Objetivo: Campaña dirigida a jóvenes con el objetivo de fomentar actitudes positivas ante la diversidad, eliminando la discriminación por razón del sexo, origen, capacidades u orientación sexual, entre otras.	
Coste estimado: 15.000,00 €	
Período de ejecución: Segundo y tercer cuatrimestre	
Medios: Televisión, radio, prensa digital, redes sociales, elementos impresos y exterior	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: Jóvenes	
Ámbito: Administración general	

EJE 6: POLÍTICAS SOCIALES

CONSEJERÍA DE TRANSPARENCIA, PARTICIPACIÓN Y ADMINISTRACIÓN PÚBLICA

DIRECCIÓN GENERAL DE GOBIERNO ABIERTO Y COOPERACIÓN

CAMPAÑA Nº 06.17	DIFUSIÓN DE ACTUACIONES DE LA COOPERACIÓN MURCIANA PARA LUCHAR CONTRA LOS EFECTOS DE LA COVID EN EL MUNDO
-------------------------	--





Objetivo:

Dar a conocer las actuaciones en materia de ayuda humanitaria y cooperación al desarrollo financiadas por la Administración Regional, a través de Organizaciones No Gubernamentales para el Desarrollo (ONGD) y que tienen por finalidad contribuir a la lucha

Coste estimado: 15.000,00 €

Período de ejecución: Segundo cuatrimestre

Medios: Radio, prensa y revistas y redes sociales

Zona de influencia: Región de Murcia

Población objetivo: General

Ámbito: Administración general

EJE 7: AGUA Y AGRICULTURA

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

SECRETARÍA GENERAL DE LA CONSEJERÍA DE AGUA, AGRICULTURA, GANADERÍA, PESCA Y MEDIO AMBIENTE

CAMPAÑA Nº 07.01

PROMOCIÓN DEL PIMIENTO DE LA REGIÓN DE MURCIA

Objetivo:

Campaña dirigida a inventivar el consumo de pimiento de la Región de Murcia.

Coste estimado: 18.000,00 €

Período de ejecución: Primer cuatrimestre

Medios: Televisión, radio, redes sociales y elementos impresos

Zona de influencia: Región de Murcia

Población objetivo: General

Ámbito: Administración general

EJE 7: AGUA Y AGRICULTURA

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

SECRETARÍA GENERAL DE LA CONSEJERÍA DE AGUA, AGRICULTURA, GANADERÍA, PESCA Y MEDIO AMBIENTE

CAMPAÑA Nº 07.02

PROMOCIÓN DEL CONEJO DE LA REGIÓN DE MURCIA

Objetivo:

Campaña en medios de comunicación en colaboración con la Interprofesional del Conejo (INTERCUN)

05/08/2021 12:50:37
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-6e1f1d3a-1a4b-1a4b-3123-0050569b34e7

ORTUÑO SOTO, MARCOS





utilizando los materiales audiovisuales de que dispone la propia Interprofesional.
Coste estimado: 18.000,00 €
Período de ejecución: Primer cuatrimestre
Medios: Televisión, radio y redes sociales
Zona de influencia: Región de Murcia
Población objetivo: General
Ámbito: Administración general

EJE 7: AGUA Y AGRICULTURA

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

SECRETARÍA GENERAL DE LA CONSEJERÍA DE AGUA, AGRICULTURA, GANADERÍA, PESCA Y MEDIO AMBIENTE

CAMPAÑA Nº 07.03	PROMOCIÓN DE LA FRUTA DE HUESO DE LA REGIÓN DE MURCIA
Objetivo: Campaña dirigida a difundir las cualidades de la fruta de hueso de la Región de Murcia especialmente entre responsables de compras de diversos mercados.	
Coste estimado: 18.000,00 €	
Período de ejecución: Primer cuatrimestre	
Medios: Redes sociales y elementos impresos	
Zona de influencia: Europa	
Población objetivo: General	
Ámbito: Administración general	

EJE 7: AGUA Y AGRICULTURA

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

DIRECCIÓN GENERAL DE INDUSTRIA ALIMENTARIA Y COOPERATIVISMO AGRARIO

CAMPAÑA Nº 07.04	PROGRAMA ESCOLAR CONSUMO DE FRUTAS Y HORTALIZAS DE LA REGIÓN DE MURCIA
Objetivo: Como complemento al Programa de Distribución de frutas y hortalizas en los centros escolares de la Región de Murcia, la campaña de comunicación refuerza el consumo con mensajes dirigidos a cada	





uno de los públicos que participan.
Coste estimado: 15.000,00 €
Período de ejecución: Segundo cuatrimestre
Medios: Televisión, radio, redes sociales y elementos impresos
Zona de influencia: Región de Murcia
Población objetivo: Docentes,Familias,Niños
Ámbito: Administración general

EJE 8: MEDIO AMBIENTE

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

DIRECCIÓN GENERAL DEL MEDIO NATURAL

CAMPAÑA Nº 08.01	Y YO QUÉ HAGO
Objetivo: Fomentar la participación de la ciudadanía en acciones concretas que ayuden a proteger espacios naturales de la Región de Murcia, y muy especialmente el Mar Menor, al tiempo que se conocen las características y peculiaridades de especies y entornos que en	
Coste estimado: 15.000,00 €	
Período de ejecución: Primer y segundo cuatrimestre	
Medios: Redes sociales y elementos impresos	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: General	
Ámbito: Administración general	

EJE 8: MEDIO AMBIENTE

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

DIRECCIÓN GENERAL DE MEDIO AMBIENTE

CAMPAÑA Nº 08.02	BUENAS PRÁCTICAS EMPRESARIALES
Objetivo: Se pretende dar difusión a la guías elaboradas relativas a buenas prácticas empresariales en el marco del denominado consumo sostenible, buenas prácticas ambientales para talleres de automóviles y buenas prácticas para gestores de vehículos. Se persigue	
Coste estimado: 15.000,00 €	
Período de ejecución: Tercer cuatrimestre	





Medios: Redes sociales y otros
Zona de influencia: Región de Murcia
Población objetivo: Empresarios
Ámbito: Administración general

EJE 8: MEDIO AMBIENTE

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

DIRECCIÓN GENERAL DE MEDIO AMBIENTE

CAMPAÑA Nº 08.03	CONSUMO RESPONSABLE EN EL HOGAR
Objetivo: Se pretende dar difusión a la guía elaborada relativa a buenas prácticas domésticas en el marco del denominado consumo sostenible. Se persigue la sensibilización del consumidor para la reducción y prevención de la producción de residuos.	
Coste estimado: 14.000,00 €	
Período de ejecución: Tercer cuatrimestre	
Medios: Redes sociales	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: Asociaciones de consumo, Asociaciones vecinales, General	
Ámbito: Administración general	

EJE 8: MEDIO AMBIENTE

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

DIRECCIÓN GENERAL DE MEDIO AMBIENTE

CAMPAÑA Nº 08.04	CONSUMO SOSTENIBLE EN EL SECTOR EMPRESARIAL
Objetivo: Se pretende dar difusión a la guía elaborada relativa a buenas prácticas empresariales en el marco del denominado consumo sostenible. Se persigue la sensibilización del sector empresarial para la reducción y prevención de la producción de residuos, median	
Coste estimado: 12.000,00 €	
Período de ejecución: Tercer cuatrimestre	
Medios: Redes sociales y otros	





Zona de influencia: Región de Murcia
Población objetivo: Asociaciones empresariales
Ámbito: Administración general

EJE 8: MEDIO AMBIENTE

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

DIRECCIÓN GENERAL DE MEDIO AMBIENTE

CAMPAÑA Nº 08.05	GESTIÓN DE RESIDUOS
Objetivo: Se pretende dar difusión a las guías elaboradas relativas a buenas prácticas de separación de residuos y de biorresiduos, así como a la promoción de la contratación ecológica (de criterios medioambientales) en los pliegos de contratos que celebre la Admi	
Coste estimado: 12.000,00 €	
Período de ejecución: Tercer cuatrimestre	
Medios: Redes sociales y otros	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: Personal de las Administraciones Públicas	
Ámbito: Administración general	

EJE 9: PARTICIPACIÓN CIUDADANA Y FECHAS CONMEMORATIVAS

CONSEJERÍA DE TRANSPARENCIA, PARTICIPACIÓN Y ADMINISTRACIÓN PÚBLICA

DIRECCIÓN GENERAL DE GOBIERNO ABIERTO Y COOPERACIÓN

CAMPAÑA Nº 09.01	DIFUSIÓN Y PROMOCIÓN DE LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE (ODS)
Objetivo: Campaña cuyo fin es dar a conocer a la ciudadanía los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) en la Región de Murcia.	
Coste estimado: 15.000,00 €	
Período de ejecución: Segundo cuatrimestre	
Medios: Radio, prensa digital y redes sociales	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: General	





Ámbito: Administración general

EJE 9: PARTICIPACIÓN CIUDADANA Y FECHAS CONMEMORATIVAS

CONSEJERÍA DE TRANSPARENCIA, PARTICIPACIÓN Y ADMINISTRACIÓN PÚBLICA

DIRECCIÓN GENERAL DE GOBIERNO ABIERTO Y COOPERACIÓN

CAMPAÑA Nº 09.02

FOMENTO DE LA PARTICIPACIÓN JUVENIL EN LOS ASUNTOS PÚBLICOS

Objetivo:

Fomentar la participación de los más jóvenes en la toma de decisiones públicas, dando a conocer los procesos e instrumentos de participación ciudadana que existen en el diseño y evaluación de las políticas sectoriales que les afecta.

Coste estimado: 15.000,00 €

Período de ejecución: Tercer cuatrimestre

Medios: Radio, redes sociales y exterior

Zona de influencia: Región de Murcia

Población objetivo: Jóvenes

Ámbito: Administración general

EJE 9: PARTICIPACIÓN CIUDADANA Y FECHAS CONMEMORATIVAS

CONSEJERÍA DE TRANSPARENCIA, PARTICIPACIÓN Y ADMINISTRACIÓN PÚBLICA

DIRECCIÓN GENERAL DE GOBIERNO ABIERTO Y COOPERACIÓN

CAMPAÑA Nº 09.03

DIFUSIÓN Y PROMOCIÓN DE LA TRANSPARENCIA

Objetivo:

Campaña que tiene como finalidad dar a conocer los mecanismos e instrumentos que tiene la ciudadanía para acceder a la información pública y en especial, acercar el portal de transparencia a la ciudadanía.

Coste estimado: 15.000,00 €

Período de ejecución: Tercer cuatrimestre

Medios: Televisión, radio y redes sociales

Zona de influencia: Región de Murcia

Población objetivo: General

05/08/2021 12:50:37
ORTUNO, SOTO, MARCOS
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-66f14f3a-5db-1a4b-3123-0050569b34e7





Ámbito: Administración general

EJE 9: PARTICIPACIÓN CIUDADANA Y FECHAS CONMEMORATIVAS

CONSEJERIA DE PRESIDENCIA, TURISMO Y DEPORTES

DIRECCIÓN GENERAL DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL

CAMPAÑA Nº 09.04

DÍA DE LA REGIÓN

Objetivo:

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

Coste estimado: 18.000,00 €

Período de ejecución: Segundo cuatrimestre

Medios: Televisión, radio, prensa y revistas y prensa digital

Zona de influencia: Región de Murcia

Población objetivo: General

Ámbito: Administración general

EJE 10: CULTURA Y TURISMO

CONSEJERÍA DE EDUCACIÓN Y CULTURA

DIRECCIÓN GENERAL DE BIENES CULTURALES

CAMPAÑA Nº 10.01

FOMENTO DE LA LECTURA

Objetivo:

Fomentar la práctica de la lectura por parte de los ciudadanos de la Región de Murcia, con especial incidencia en los jóvenes, así como difundir la actividad que lleva a cabo la Red Regional de Bibliotecas Públicas.

Coste estimado: 18.000,00 €

Período de ejecución: Primer cuatrimestre

Medios: Televisión, radio y prensa y revistas

Zona de influencia: Región de Murcia

Población objetivo: General

Ámbito: Administración general





EJE 10: CULTURA Y TURISMO

CONSEJERÍA DE EDUCACIÓN Y CULTURA

DIRECCIÓN GENERAL DE BIENES CULTURALES

CAMPAÑA Nº 10.02

RECUPERANDO NUESTRO LEGADO

Objetivo:

Mostrar las principales actuaciones que se han realizado de recuperación del patrimonio artístico e histórico en la Región.

Coste estimado: 15.000,00 €

Período de ejecución: Tercer cuatrimestre

Medios: Televisión y prensa digital

Zona de influencia: Región de Murcia

Población objetivo: General

Ámbito: Administración general

EJE 10: CULTURA Y TURISMO

CONSEJERÍA DE EDUCACIÓN Y CULTURA

DIRECCIÓN GENERAL DE BIENES CULTURALES

CAMPAÑA Nº 10.03

REGIÓN DE MURCIA: PATRIMONIO DE LA HUMANIDAD

Objetivo:

Dar a conocer los patrimonios de la humanidad que la UNESCO ha reconocido en la Región de Murcia: Dieta Mediterránea, Flamenco, Pinturas Rupestres, Consejo de Hombres Buenos, Tamboradas de Moratalla y Mula y Caballos del Vino.

Coste estimado: 15.000,00 €

Período de ejecución: Primer cuatrimestre

Medios: Televisión, radio y redes sociales

Zona de influencia: Región de Murcia

Población objetivo: General

Ámbito: Administración general

EJE 10: CULTURA Y TURISMO

CONSEJERÍA DE PRESIDENCIA, TURISMO Y DEPORTES

05/08/2021 12:50:37
Esta es una copia auténtica imprimible de un documento electrónico 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-6ef14f3a-1a4b-1a4b-3123-0050569b34e7

ORTUNO SOTO, MARCOS





DIRECCIÓN GENERAL DE JUVENTUD

CAMPAÑA Nº 10.04	PROMOCIÓN II FESTIVAL ESTREN-ARTE
Objetivo: Campaña de promoción de Jóvenes Creadores ESTREN-ARTE.	
Coste estimado: 15.000,00 €	
Período de ejecución: Segundo y tercer cuatrimestre	
Medios: Televisión, radio, prensa y revistas, prensa digital, redes sociales, elementos impresos y exterior	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: Jóvenes	
Ámbito: Administración general	

EJE 10: CULTURA Y TURISMO

CONSEJERIA DE PRESIDENCIA, TURISMO Y DEPORTES

DIRECCIÓN GENERAL DE DEPORTES

CAMPAÑA Nº 10.05	REGIÓN DE MURCIA, CAPITAL MUNDIAL DE LOS DEPORTES AGUA 2023
Objetivo: Campaña para la difusión de Región de Murcia, Capitalidad Mundial del Deportes de Agua 2023.	
Coste estimado: 15.000,00 €	
Período de ejecución: Primer cuatrimestre	
Medios: Televisión, radio, prensa, digital y redes sociales	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: General	
Ámbito: Administración general	

EJE 10: CULTURA Y TURISMO

CONSEJERIA DE PRESIDENCIA, TURISMO Y DEPORTES

INSTITUTO DE TURISMO DE LA REGIÓN DE MURCIA (ITREM)

CAMPAÑA Nº 10.06	PROMOCIÓN TURÍSTICA 2021
-------------------------	---------------------------------





Objetivo:

Campañas de promoción de los atractivos turísticos de la Región de Murcia a nivel internacional, nacional y regional.

Coste estimado: 2.338.000,00 €

Período de ejecución: Anual

Medios: Televisión, radio, prensa y revistas, prensa digital, redes sociales, copra programática, cine, elementos impresos y exterior

Zona de influencia: Europa

Población objetivo: General

Ámbito: Sector público

05/08/2021 12:50:37

ORTUNO.SOTO.MARCO

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-6ef1df3a-5db-1a4b-3123-0050569b34e7





ÍNDICE DE DOCUMENTOS CORRESPONDIENTE AL EXPEDIENTE RELATIVO A LA APROBACIÓN DEL PLAN ANUAL DE COMUNICACIÓN Y PUBLICIDAD INSTITUCIONAL 2021

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

AL CONSEJO DE GOBIERNO

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

El Decreto del Presidente nº 34/2021, de 3 de abril, de Reorganización de la Administración Regional, modificado por Decreto de la Presidencia nº 47/2021, de 9 de abril, creó la Consejería de Presidencia, Turismo y Deportes, atribuyéndole las competencias en materia de comunicación institucional.

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

El referido órgano, cuya composición también se regula en el artículo 11 de la Ley 13/2018, de 29 de noviembre, reunido en su sesión de 27 de julio de 2021, ha decidido proponer al Consejo de Gobierno la aprobación del “Plan de Publicidad y Comunicación Institucional de la CARM 2021”, tras acordar previamente su dictamen definitivo.

El Plan se ha elaborado con las propuestas formuladas por todas las Consejerías y entes del sector público regional, de acuerdo con los objetivos y prioridades por ellos fijados en el ejercicio de las políticas públicas que les son propias. Incluye todas las campañas de publicidad institucional que se prevé desarrollar por la Administración Pública de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia durante el ejercicio 2021.

El Plan se elabora en el marco de la mencionada Ley 13/2018, de 29 de noviembre, pero también al amparo de lo previsto el artículo 3.1 g) de la Ley 40/2015, de 1 de octubre, del Régimen Jurídico del Sector Público que recoge como principio general de actuación de las administraciones públicas la “Planificación y Dirección por objetivos y control de la gestión y evaluación de los resultados de las políticas públicas”, principio que igualmente se contempla en la legislación autonómica, en concreto en el artículo 3.2.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.

En el marco de la regulación expuesta, de conformidad con lo establecido en el artículo 22.13 de la Ley 7/2004, de 28 de diciembre, del Presidente y del Consejo de Gobierno de la Región de Murcia, que atribuye al Consejo de Gobierno la competencia para aprobar los programas, planes y directrices vinculantes para todos los órganos de la Administración Regional y de sus organismos públicos, al amparo de lo previsto en el artículo 2.2.c) de la Ley 7/2004, de 28 de diciembre, de Organización y Régimen Jurídico de la Administración Pública de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia, y en el artículo 12.3 de la Ley 13/2018, de 29 de noviembre, de Comunicación y Publicidad Institucional de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia; así como en mi condición de Consejero de Presidencia, Turismo y Deportes, y de presidente del Consejo de Publicidad y



de Comunicación Institucional de la Región de Murcia, elevo al Consejo de Gobierno para su aprobación la siguiente propuesta de

ACUERDO

ÚNICO.- Aprobar el Plan de Publicidad y Comunicación Institucional de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia 2021, que se adjunta como anexo, y que será publicado en el Portal de Transparencia de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia.

EL CONSEJERO DE PRESIDENCIA, TURISMO Y DEPORTES
(Documento firmado electrónicamente al margen)

Marcos Ortuño Soto

30/07/2021 12:11:17

ORTUÑO SOTO, MARCOS

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-88b6b64f-11e-50ec-2094-005656934e7





PLAN ANUAL DE COMUNICACIÓN Y PUBLICIDAD INSTITUCIONAL



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-88b6b64f-f11e-50ec-2094-005656934e7

Edita:

Consejería de Presidencia, Turismo y Deportes

Palacio de San Esteban

Acisclo Díaz, s/n, 30071 (Murcia)

Fecha de edición: Julio de 2021





ÍNDICE

PRESENTACIÓN	4
I. INTRODUCCIÓN	5
II. EL RÉGIMEN JURÍDICO	6
III. CONTENIDO DEL PLAN	8
IV. EJES DEL PLAN	10
V. OBJETIVOS DE INTERÉS PÚBLICO DE LAS CAMPAÑAS	12
VI. HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN Y MEDIDAS DE ACCESIBILIDAD	19
VII. ÁMBITO DE DIFUSIÓN Y PÚBLICO OBJETIVO DE LAS CAMPAÑAS	19
VIII. OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE	21
IX. PRESUPUESTO	27
X. EVALUACIÓN	31
XI. CONCLUSIONES	38
ANEXO	33





PRESENTACIÓN

La sociedad en general y por supuesto la Administración Regional, está en estos momentos profundamente influenciada en su quehacer diario por la situación de emergencia pandémica en la que nos encontramos. El Plan de Comunicación y Publicidad Institucional, documento que contiene las líneas maestras de las acciones que en materia de comunicación publicitaria tiene previsto realizar la Comunidad Autónoma y que se confecciona en cumplimiento de lo emanado por la ley autonómica que regula estas acciones institucionales desde finales del año 2018, no podía ser menos.

Este Plan anual de Comunicación y Publicidad Institucional de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia para el presente año 2021, incluye tanto las campañas previstas desde las diferentes Consejerías que conforman la Administración Pública de nuestra región como las propuestas por los diferentes entes y organismos que dependen de ellas.

Un documento que, como se indicaba al inicio, está clara y profundamente influenciado por la situación actual y que ha condicionado su redacción hasta el punto de dirigir la acción publicitaria con dos objetivos principales perfectamente definidos: en primer lugar la difusión de todas y cada una de las medidas establecidas por las autoridades sanitarias para luchar contra la expansión de la enfermedad COVID-19 provocada por el virus *SARS-CoV-2*; y por otro lado, emprender y desarrollar distintas campañas de publicidad con las que potenciar las posibilidades empresariales con las que cuenta la Región de Murcia para que de esa forma se ayude a acelerar la reactivación de la economía regional.

Igualmente se puede asegurar que, con este Plan de Comunicación y Publicidad Institucional, tanto la acción comunicativa como la planificación publicitaria siguen fielmente lo establecido por la legislación autonómica. Todas las campañas previstas responden a razones de interés público y se ajustan a las exigencias derivadas de los principios básicos de lealtad institucional, compromiso, veracidad, transparencia, eficacia y austeridad en el gasto.

Con esta acción el Gobierno Regional materializa la intención manifestada en tantas ocasiones de hacer de la transparencia, la cercanía y la eficacia una bandera que defina la labor pública desarrollada por la Administración Regional y con la que todos los habitantes de la Región de Murcia puedan sentirse identificados.

Marcos Ortuño Soto

Consejero de Presidencia, Turismo y Deportes





Región de Murcia
Consejería de Presidencia,
Turismo y Deportes

Dirección General de Comunicación Institucional

30/07/2021 12:11:17

ORTUNO.SOTO.MARCO

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-88b6b64f-f11e-50ec-2094-0056569b34e7





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 2021. Se sigue por tanto la línea ya emprendida por el gobierno regional en años anteriores en los que se elaboraron sus correspondientes Planes de Comunicación y Publicidad Institucional.

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

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.





del buen gobierno. De ahí que sea preceptiva la publicación del Plan y de su control "ex post", reflejado en el Informe de evaluación anual, en el Portal de la Transparencia de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia.

El Plan ha sido 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, e 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 2021.

Además, y aunque la ley solo exige la inclusión de las campañas a llevar a cabo por los entes y organismos integrados en dicha Administración Pública, en atención al ámbito de aplicación de dicha ley que se extiende, entre otras, a todas las entidades integrantes del sector público de la CARM, se considera de interés incorporar en el Plan también aquellas campañas de publicidad institucional que el resto de dicho sector público realice, exceptuando aquellas que tengan un 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.

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.

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





II. EL RÉGIMEN JURÍDICO

30/07/2021 12:11:17

ORTUNO-SOTO, MARCOS

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-88b6b64f-f11e-50ec-2094-0056569b34e7





La Ley 13/2018, de 29 de noviembre, de Comunicación y Publicidad institucional

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, entre otros, destaquen los logros de gestión; 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.





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

Sin ánimo exhaustivo, a título de ejemplo y en relación con los principios generales que deben observarse, la ley prevé que las campañas institucionales de publicidad y comunicación se desarrollen exclusivamente cuando concurren razones de interés público y en el ejercicio de competencias que le sean 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 más adelante.

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

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.





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 contratante.

Si bien a lo largo de 2021 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.

Por último, 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 2022.

III. CONTENIDO DEL PLAN

La previsión para este año 2021 es la realización de **un total de 79 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.

El coste estimado en el caso de las campañas de la Administración General se toma en su conjunto, si bien, aquellas a cargo del resto del sector público incluyen, en cada una de sus fichas, el presupuesto previsto para cada acción.

No obstante, tanto el Instituto de Turismo de la Región de Murcia (ITREM) como el Instituto de Fomento (INFO), dado que realizan a lo largo del año múltiples campañas, a efectos de este Plan se contabiliza una campaña por ente, sin desagregar y con un coste único total.

Es importante anotar que el Plan sólo incluye las campañas de publicidad institucional que se tenga previsto realizar a lo largo del año 2021, 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 ninguna actividad de este tipo, si bien, dado que los patrocinios también forman parte de la publicidad institucional, los que se realicen a lo largo del año serán incluidos en los distintos informes que se remitan a la Asamblea Regional así como publicados en el Portal de Transparencia, todo ello en cumplimiento de la Ley de Comunicación y Publicidad Institucional regional.

El número total de campañas previstas para 2021 es de 79, todas ellas a propuesta de las consejerías y entes del sector público y recogidas en el Anexo I con una ficha por campaña que incluye los principales datos de interés.

El coste de las campañas en el caso de la Administración General viene con una estimación total para todas ellas. El resto del sector público realiza una estimación por acción, excepto en el caso el ITREM y el INFO que contabilizan una campaña sin desagregar y con un coste único.

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





IV. EJES DEL PLAN

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

Los ejes por materias en este plan para 2021 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

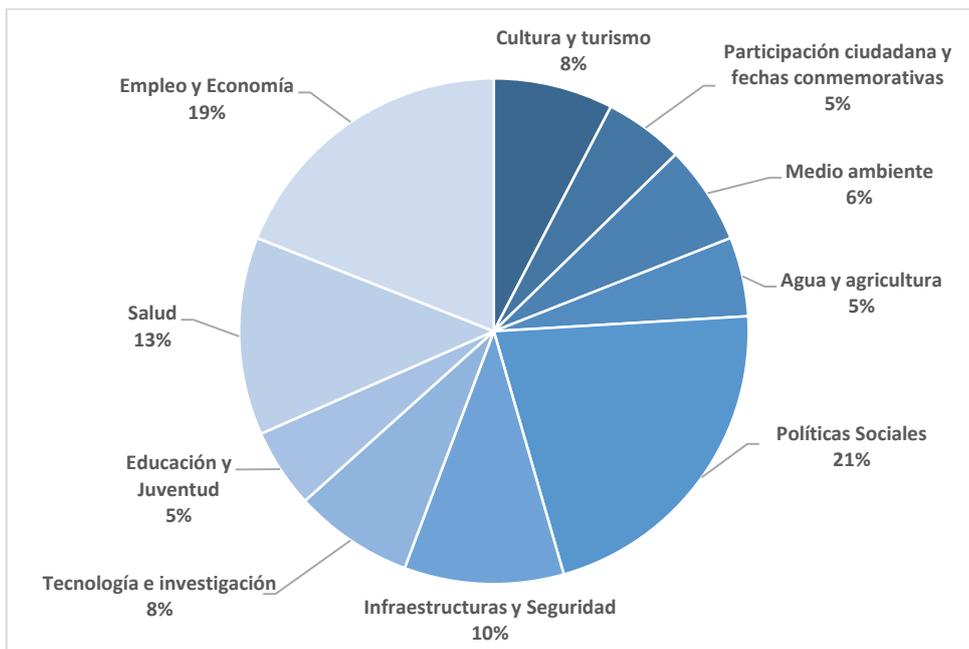
En cuanto a la distribución de las campañas por ejes, tal y como se puede ver en el gráfico a continuación, los que cuentan con un mayor número de ellas son el **Eje 6. Políticas Sociales** con 17 campañas y el **Eje 1. Empleo y Economía** con 15. Le siguen el, el **Eje 2. Salud** con 10 y el **Eje 5. Infraestructuras y Seguridad** con 8 campañas. El resto de ejes oscilan entre 4 y 6 campañas cada uno.

Gráfico 1. Número de campañas por Ejes





Gráfico 2. Porcentaje de número de campañas por Ejes



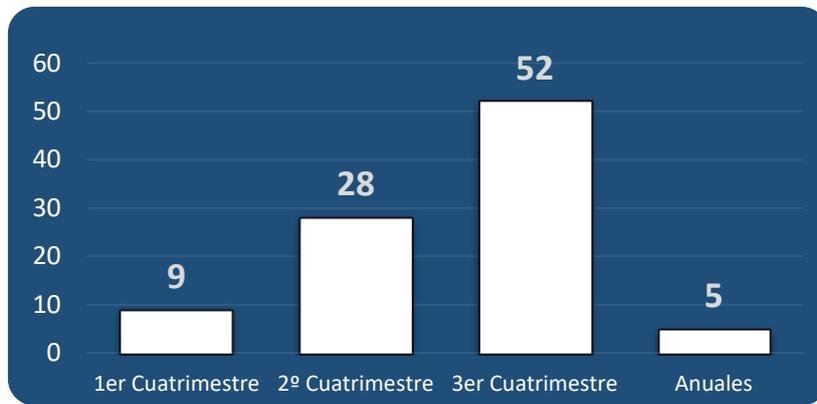
En lo referente al periodo de ejecución de las campañas, 5 de ellas se realizarán de forma anual, es decir que, o bien podrán tener diversas oleadas a lo largo del año, o se realizarán con una cierta presencia continuada a lo largo de varios meses, abarcando más de dos cuatrimestres.

Las 74 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



V. 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 como principal:

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

- FORO DE TECNOLOGÍA EMOCIONAL
- STEAM INTEGRA DIGITAL
- VIOLENCIA DE GÉNERO

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:

- HÁZLO FÁCIL
- PERIODO VOLUNTARIO DE PAGO DE LOS PRINCIPALES TRIBUTOS PERIÓDICOS Y FOMENTO DE LA DOMICILIACIÓN ATRM
- CENTROS DEPORTIVOS SALUDABLES
- PORTAL DEL PACIENTE
- PROMOCIÓN DEL PREAR
- BACHILLERATOS A LA CARTA





- PAECARM
- CURSOS DE FORMACIÓN ON LINE
- MEJORA DE LA EMPLEABILIDAD PARA PERSONAS EN SITUACIÓN DE EXCLUSIÓN SOCIAL
- BUENAS PRÁCTICAS EMPRESARIALES
- CONSUMO RESPONSABLE EN EL HOGAR
- CONSUMO SOSTENIBLE EN EL SECTOR EMPRESARIAL
- GESTIÓN DE RESIDUOS
- FOMENTO DE LA PARTICIPACIÓN JUVENIL EN LOS ASUNTOS PÚBLICOS

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:

- PROMOCIÓN DE LA IGUALDAD Y LA DIVERSIDAD EN LOS JOVENES
- Y YO QUÉ HAGO
- FOMENTO DE LA LECTURA
- PROMOCIÓN II FESTIVAL ESTREN-ARTE

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

- LUCHA CONTRA LA BRECHA SALARIAL
- PROMOCIÓN DE ACTUACIONES CONTRA LA PRECARIEDAD LABORAL
- AYUDAS AUTÓNOMOS
- WEB AUTÓNOMOS
- WEB ECONOMÍA SOCIAL
- ESTRATEGIA POR EL EMPLEO DE CALIDAD 2021-2024
- AYUDAS PARA LA REACTIVACIÓN DEL EMPLEO
- CONVOCATORIAS, PROYECTOS Y SERVICIOS DEL INSTITUTO DE FOMENTO (INFO)
- MUJER RURAL
- DIFUSIÓN DE LA FINANCIACIÓN EUROPEA DE LOS PROGRAMAS OPERATIVOS FEDER Y FSE EN LA REGIÓN DE MURCIA
- FORMACIÓN PROFESIONAL, FORMACIÓN DE FUTURO





- ATENDIENDO A LA DIVERSIDAD
- REPLAY
- TU SEDE ELECTRÓNICA MÁS FÁCIL
- NUEVO MAPA DE MOVILIDAD COTIDIANA
- MODELO DE CONSTRUCCIÓN Y ARQUITECTURA SOSTENIBLE
- AYUDAS PARA LA PROTECCIÓN DEL HOGAR EN LAS CRISIS DEL CORONAVIRUS
- SENSIBILIZACIÓN CONTRA LA VIOLENCIA SEXUAL
- DÍA INTERNACIONAL DEL ORGULLO LGTB
- PLAN CORRESPONSABLES
- EL SISTEMA PÚBLICO DE SERVICIOS SOCIALES
- DIFUSIÓN DEL NUEVO CONTRATO SAD REGIONAL PARA PERSONAS MAYORES
- DÍA INTERNACIONAL DE LAS PERSONAS MAYORES
- ACTUACIONES CONTRA LA SOLEDAD NO DESEADA EN LAS PERSONAS MAYORES
- PROGRAMA ESCOLAR CONSUMO DE FRUTAS Y HORTALIZAS DE LA REGIÓN DE MURCIA
- DIFUSIÓN Y PROMOCIÓN DE LA TRANSPARENCIA

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:

- CONCIENCIACIÓN COVID-19
- VACUNACIÓN CONTRA LA GRIPE
- PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES
- CONTRA EL TABACO
- ERRADICACIÓN DEL MOSQUITO TIGRE
- LOS RIESGOS PSICOSOCIALES TAMBIÉN SON RIESGOS LABORALES
- MEDIDAS DE SEGURIDAD Y PREVENCIÓN ANTE TERREMOTOS
- PREVENCIÓN DE ACCIDENTES EN EL HOGAR DURANTE EL INVIERNO
- PREVENCIÓN DE INCENDIOS FORESTALES
- MEDIDAS DE SEGURIDAD Y PREVENCIÓN ANTE INUNDACIONES
- PLAN COPLA Y PLAN INFOMUR
- PREVENCIÓN Y CONCIENCIACIÓN DEL CONTAGIO COVID-19 ENTRE LA JUVENTUD DE LA REGIÓN DE MURCIA





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

- PREMIOS RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA
- SUMA Y SIGUE
- CAPTACIÓN DE VOLUNTARIOS DE PROTECCIÓN CIVIL
- NO LE DEJES SOLO
- QUIERO ACOGERTE
- POR UNA SOCIEDAD INCLUSIVA Y TOLERANTE
- QUIERO CUIDARTE
- DÍA INTERNACIONAL DE LAS PERSONAS CON DISCAPACIDAD
- DIFUSIÓN DE ACTUACIONES DE LA COOPERACIÓN MURCIANA PARA LUCHAR CONTRA LOS EFECTOS DE LA COVID EN EL MUNDO
- DIFUSIÓN Y PROMOCIÓN DE LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE (ODS)

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

- ARTESANÍA KILÓMETRO CERO
- DÍA DE LA REGIÓN
- REGIÓN DE MURCIA: PATRIMONIO DE LA HUMANIDAD

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

- LUCHA CONTRA LA DESPOBLACIÓN Y MEJORA DE LA CALIDAD DE VIDA EN EL MEDIO RURAL
- RECUPERANDO NUESTRO LEGADO

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:





- PROMOCIÓN DEL PIMIENTO DE LA REGIÓN DE MURCIA
- PROMOCIÓN DEL CONEJO DE LA REGIÓN DE MURCIA
- PROMOCIÓN DE LA FRUTA DE HUESO DE LA REGIÓN DE MURCIA
- REGIÓN DE MURCIA, CAPITAL MUNDIAL DE LOS DEPORTES AGUA 2023
- PROMOCIÓN TURÍSTICA 2021

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 2021 son:

- En **primer lugar** el objetivo *d) Difundir información sobre los derechos y deberes de la ciudadanía y los servicios, actividades y programas de los que se puede beneficiar* con **26 campañas**.
- En **segundo lugar** estaría el objetivo de *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* con **14 campañas**.
- En **tercer lugar**, con **12 campañas**, el objetivo *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*.

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.	3	4 %
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.	14	18 %

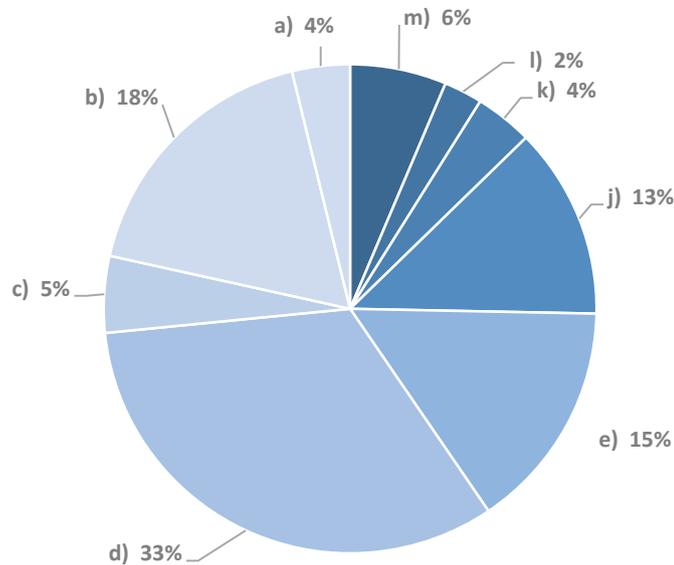




c)	Fomentar actitudes y comportamientos cívicos en la ciudadanía con relación a bienes o servicios públicos de carácter educativo, cultural, social, sanitario, de fomento del empleo y otros de naturaleza equivalente.	4	5 %
d)	Difundir información sobre los derechos y deberes de la ciudadanía y los servicios, actividades y programas de los que se puede beneficiar.	26	33 %
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.	12	15 %
f)	Anunciar medidas en caso de emergencia o catástrofe...	-	-
g)	Difundir los procesos electorales	-	-
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.	10	13 %
k)	Contribuir a la difusión y mejora de la Región de Murcia y de su patrimonio histórico y cultural.	3	4 %
l)	La promoción de los propios valores, imagen o señas de identidad del territorio o la población de la administración anunciante.	2	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.	5	6 %

Gráfico 5. Objetivos legales representados porcentualmente





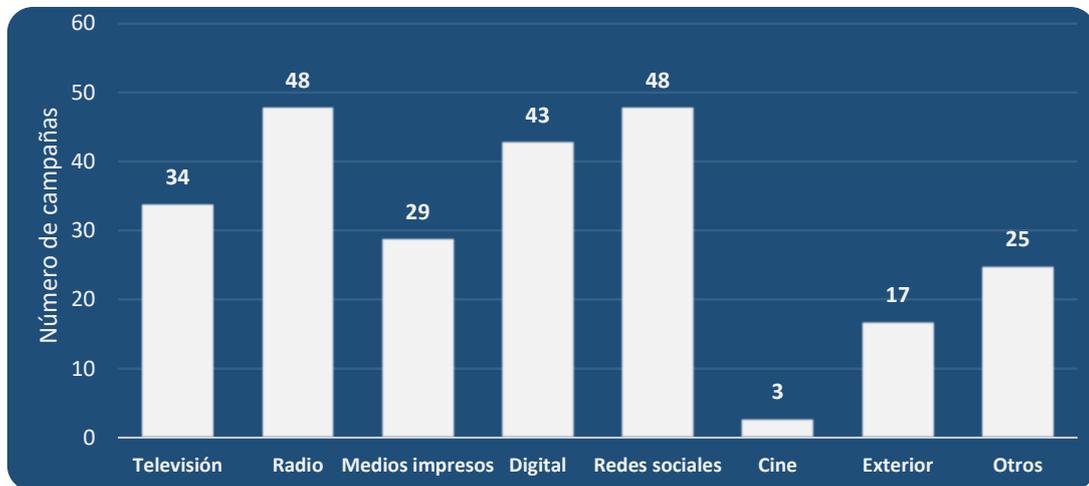
- a)** Promover valores y conductas que consoliden la democracia, la libertad, la convivencia, la igualdad y la solidaridad.
- b)** Informar a la ciudadanía de sus derechos y sus obligaciones y de los servicios, las actividades y los programas de los que pueda hacer uso.
- c)** Fomentar actitudes y comportamientos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



VI. HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN Y MEDIDAS DE ACCESIBILIDAD

De las 79 campañas a realizar, y siendo los medios más utilizados, en 48 de ellas se propone el uso de radio y redes sociales. Le siguen muy de cerca los medios digitales (43 campañas) y la televisión (34). A continuación encontramos medios impresos en 29 de ellas. Minoritariamente se utilizarán otros tales como el cine, soportes de exterior u otros.

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 tales como la subtítulos.

VII. ÁMBITO DE DIFUSIÓN Y PÚBLICO OBJETIVO DE LAS CAMPAÑAS

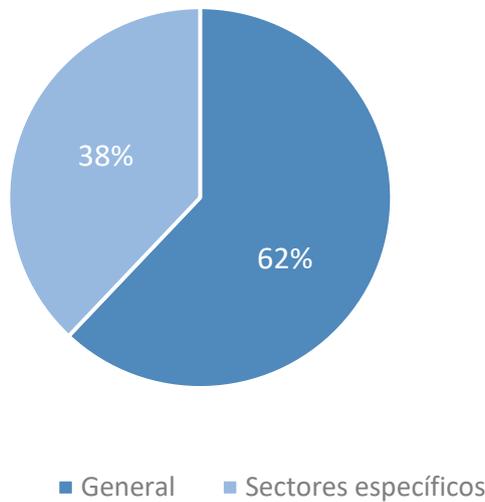
El ámbito de difusión de la gran mayoría de las campañas de publicidad y comunicación institucional es el de toda la Región de Murcia, excepto las que desarrolla el Instituto de Turismo de la Región de Murcia (ITREM) que se enfocan, atendiendo a la finalidad que busca dicho ente de promocionar turísticamente la región, a un mercado más amplio, centrándose tanto en el ámbito regional, como el resto del territorio nacional, europeo e internacional. También la campaña de "Región de Murcia, Capital de los Deportes de Agua", extiende su ámbito más allá de las fronteras regionales.





En cuanto al público objetivo de las campañas, el 62% de ellas se dirigen a toda la población en general, pero hay también campañas orientadas a sectores específicos, tales como: jóvenes, desempleados, emprendedores, empresarios, familias, docentes, etc...

Gráfico 7. Público objetivo



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

- Los **Jóvenes** tienen una capital importancia en las campañas de 2021 ya que a ellos se dirigen gran número de ellas. En concreto serían: MEJORA DE LA EMPLEABILIDAD PARA PERSONAS EN SITUACIÓN DE EXCLUSIÓN SOCIAL, FOMENTO DE LA PARTICIPACIÓN JUVENIL EN LOS ASUNTOS PÚBLICOS, PROMOCIÓN II FESTIVAL ESTREN-ARTE, PROMOCIÓN DE LA IGUALDAD Y LA DIVERSIDAD EN LOS JOVENES, FORMACIÓN PROFESIONAL, FORMACIÓN DE FUTURO, PREVENCIÓN Y CONCIENCIACIÓN DEL CONTAGIO COVID-19 ENTRE LA JUVENTUD DE LA REGIÓN DE MURCIA y SUMA Y SIGUE
- Al **mundo empresarial** se dirigen las campañas de CONSUMO SOSTENIBLE EN EL SECTOR EMPRESARIAL, CONVOCATORIAS, PROYECTOS Y SERVICIOS DEL INSTITUTO DE FOMENTO (INFO) así como la de BUENAS PRÁCTICAS EMPRESARIALES.
- También tienen como público objetivo los **Empresarios** pero ampliándolo a los **Trabajadores** las campañas PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES, PROMOCIÓN DEL PREAR, LUCHA CONTRA LA BRECHA SALARIAL, PROMOCIÓN DE ACTUACIONES CONTRA





LA PRECARIEDAD LABORAL y la denominada LOS RIESGOS PSICOSOCIALES TAMBIÉN SON RIESGOS LABORALES.

- La campaña CONSUMO RESPONSABLE que está enfocada a público en general, pero con especial hincapié a **Asociaciones de Consumidores y Asociaciones Vecinales**.
- La campaña de GESTIÓN DE RESIDUOS al **Personal de la Administración Pública**.
- Las denominadas AYUDAS AUTÓNOMOS y WEB AUTÓNOMOS, como su nombre indica, van dirigidas al colectivo de **Trabajadores Autónomos**. También la de PREMIOS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA, pero que se amplía también al de **Empresarios**.
- La dirigida a promocionar la WEB ECONOMÍA SOCIAL, se dirige a las **Asociaciones de Economía Social** mientras que la de FORO DE TECNOLOGÍA EMOCIONAL a **Profesionales de las Áreas Sociales y TIC**.
- STEAM INTEGRA DIGITA, BACHILLERATOS A LA CARTA L y PROGRAMA ESCOLAR CONSUMO DE FRUTAS Y HORTALIZAS van enfocadas a **Estudiantes, Familias con niños o Jóvenes** en edad escolar así como **Docentes**.
- A **Familias** van enfocadas las campañas QUIERO ACOGERTE y QUIERO CUIDARTE
- Los **Inquilinos** serán los principales receptores de la campaña AYUDAS PARA LA PROTECCIÓN DEL HOGAR EN LAS CRISIS DEL CORONAVIRUS
- Por último, la de DIFUSIÓN DEL NUEVO CONTRATO SAD REGIONAL PARA PERSONAS MAYORES tiene como público objetivo el colectivo de la **Tercera Edad**.

VIII. OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE

La Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible de Naciones Unidas representa el marco global de desarrollo que se pretende para los próximos años, y que tienen un objetivo prioritario: alcanzar el desarrollo para todas las personas, y hacerlo de forma sostenible. A tal efecto, fija 17 objetivos (Objetivos de Desarrollo Sostenibles, ODS) y 169 metas, que abordan las tres dimensiones del desarrollo sostenible: social, económica y medioambiental.

Con fecha 29 de diciembre de 2020, el Consejo de Gobierno de la Región de Murcia aprobó el Plan de Acción para la implementación de la Agenda 2030, con el carácter de ser un **documento de carácter programático** orientado a fijar las acciones a impulsar por el Gobierno Regional **de modo transitorio**, dando el impulso urgente a aspectos clave para avanzar en la implementación





de la Agenda 2030. En él se hace mención al papel fundamental que juega la comunicación institucional para formar una ciudadanía comprometida con la Agenda 2030.

Así, como novedad y a petición de la Dirección General de Gobierno Abierto y Participación, el Plan de Comunicación y Publicidad Institucional para 2021, incluye aquel o aquellos objetivos de desarrollo sostenible que cada una de las campañas pretende alcanzar mediante su difusión.

A continuación se citan dichos objetivos, y dentro de cada uno de ellos se relacionan las campañas de publicidad incluidas en el Plan cuyo fin es su cumplimiento, con un máximo de dos de ellos por campaña:

ODS 1. Poner fin a la pobreza en todas sus formas en todo el mundo

- DIFUSIÓN DE LA FINANCIACIÓN EUROPEA DE LOS PROGRAMAS OPERATIVOS FEDER Y FSE EN LA REGIÓN DE MURCIA
- DIFUSIÓN DE ACTUACIONES DE LA COOPERACIÓN MURCIANA PARA LUCHAR CONTRA LOS EFECTOS DE LA COVID EN EL MUNDO
- QUIERO CUIDARTE
- EL SISTEMA PÚBLICO DE SERVICIOS SOCIALES
- AYUDAS PARA LA PROTECCIÓN DEL HOGAR EN LAS CRISIS DEL CORONAVIRUS

ODS 2. Poner fin al hambre, lograr la seguridad alimentaria y la mejora de la nutrición y promover la agricultura sostenible.

- PROMOCIÓN DE LA FRUTA DE HUESO DE LA REGIÓN DE MURCIA
- PROMOCIÓN DEL CONEJO DE LA REGIÓN DE MURCIA
- PROMOCIÓN DEL PIMIENTO DE LA REGIÓN DE MURCIA

ODS 3. Garantizar una vida sana y promover el bienestar para todos en todas las edades

- CONCIENCIACIÓN COVID-19
- CENTROS DEPORTIVOS SALUDABLES
- SUMA Y SIGUE
- PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES
- VACUNACIÓN CONTRA LA GRIPE
- CONTRA EL TABACO





- ERRADICACIÓN DEL MOSQUITO TIGRE
- PORTAL DEL PACIENTE
- LOS RIESGOS PSICOSOCIALES TAMBIÉN SON RIESGOS LABORALES
- PREVENCIÓN Y CONCIENCIACIÓN DEL CONTAGIO COVID-19 ENTRE LA JUVENTUD DE LA REGIÓN DE MURCIA
- CAPTACIÓN DE VOLUNTARIOS DE PROTECCIÓN CIVIL
- REGIÓN DE MURCIA, CAPITAL MUNDIAL DE LOS DEPORTES AGUA 2023
- PROMOCIÓN II FESTIVAL ESTREN-ARTE
- REGIÓN DE MURCIA: PATRIMONIO DE LA HUMANIDAD
- RECUPERANDO NUESTRO LEGADO
- FOMENTO DE LA LECTURA
- PROGRAMA ESCOLAR CONSUMO DE FRUTAS Y HORTALIZAS
- PROMOCIÓN DE LA IGUALDAD Y LA DIVERSIDAD EN LOS JÓVENES
- ACTUACIONES CONTRA LA SOLEDAD NO DESEADA EN LAS PERSONAS MAYORES
- QUIERO CUIDARTE
- NO LE DEJES SOLO

ODS 4. Garantizar una educación inclusiva, equitativa y de calidad y promover oportunidades de aprendizaje durante toda la vida para todos.

- MUJER RURAL
- PROMOCIÓN DEL PREAR
- FORMACIÓN PROFESIONAL, FORMACIÓN DE FUTURO
- BACHILLERATOS A LA CARTA
- ATENDIENDO A LA DIVERSIDAD
- CURSOS DE FORMACIÓN ON LINE
- FOMENTO DE LA LECTURA
- VIOLENCIA DE GÉNERO
- PLAN CORRESPONSABLES
- DÍA INTERNACIONAL DEL ORGULLO LGTB
- SENSIBILIZACIÓN CONTRA LA VIOLENCIA SEXUAL





ODS 5. Lograr la igualdad entre los géneros y empoderar a todas las mujeres y niñas

- LUCHA CONTRA LA BRECHA SALARIAL
- MUJER RURAL
- STEAM INTEGRA DIGITAL
- PROMOCIÓN DE LA IGUALDAD Y LA DIVERSIDAD EN LOS JÓVENES
- POR UNA SOCIEDAD INCLUSIVA Y TOLERANTE
- VIOLENCIA DE GÉNERO
- PLAN CORRESPONSABLES
- DÍA INTERNACIONAL DEL ORGULLO LGTB
- SENSIBILIZACIÓN CONTRA LA VIOLENCIA SEXUAL

ODS 8. Fomentar el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo, y el trabajo decente para todos.

- LUCHA CONTRA LA BRECHA SALARIAL
- PROMOCIÓN DE ACTUACIONES CONTRA LA PRECARIEDAD LABORAL
- AYUDAS AUTÓNOMOS
- PREMIOS RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA
- WEB AUTÓNOMOS
- WEB ECONOMÍA SOCIAL
- ESTRATEGIA POR EL EMPLEO DE CALIDAD 2021-2024
- AYUDAS PARA LA REACTIVACIÓN DEL EMPLEO
- CONVOCATORIAS, PROYECTOS Y SERVICIOS DEL INSTITUTO DE FOMENTO (INFO)
- DIFUSIÓN DE LA FINANCIACIÓN EUROPEA DE LOS PROGRAMAS OPERATIVOS FEDER Y FSE EN LA REGIÓN DE MURCIA
- HÁZLO FÁCIL
- PERIODO VOLUNTARIO DE PAGO DE LOS PRINCIPALES TRIBUTOS PERIÓDICOS Y FOMENTO DE LA DOMICILIACIÓN ATRM
- PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES
- PAECARM
- CURSOS DE FORMACIÓN ON LINE





- PROMOCIÓN TURÍSTICA 2021
- MEJORA DE LA EMPLEABILIDAD PARA PERSONAS EN SITUACIÓN DE EXCLUSIÓN SOCIAL

ODS 9. Desarrollar infraestructuras resilientes, promover la industrialización inclusiva y sostenible, y fomentar la innovación.

- AYUDAS AUTÓNOMOS
- ARTESANÍA KILÓMETRO CERO
- NUEVO MAPA DE MOVILIDAD COTIDIANA
- MODELO DE CONSTRUCCIÓN Y ARQUITECTURA SOSTENIBLE

ODS 10. Reducir la desigualdad en y entre los países

- EL SISTEMA PÚBLICO DE SERVICIOS SOCIALES
- QUIERO ACOGERTE

ODS 11. Lograr que las ciudades y los asentamientos humanos sean inclusivos, seguros, resilientes y sostenibles.

- LUCHA CONTRA LA DESPOBLACIÓN Y MEJORA DE LA CALIDAD DE VIDA EN EL MEDIO RURAL
- FORO DE TECNOLOGÍA EMOCIONAL
- NUEVO MAPA DE MOVILIDAD COTIDIANA
- MODELO DE CONSTRUCCIÓN Y ARQUITECTURA SOSTENIBLE
- MEDIDAS DE SEGURIDAD Y PREVENCIÓN ANTE TERREMOTOS
- PREVENCIÓN DE ACCIDENTES EN EL HOGAR DURANTE EL INVIERNO
- MEDIDAS DE SEGURIDAD Y PREVENCIÓN ANTE INUNDACIONES

ODS 12. Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles.

- WEB ECONOMÍA SOCIAL
- ARTESANÍA KILÓMETRO CERO
- CONVOCATORIAS, PROYECTOS Y SERVICIOS DEL INSTITUTO DE FOMENTO (INFO)
- GESTIÓN DE RESIDUOS





- CONSUMO SOSTENIBLE EN EL SECTOR EMPRESARIAL
- CONSUMO RESPONSABLE EN EL HOGAR
- BUENAS PRÁCTICAS EMPRESARIALES
- Y YO QUÉ HAGO
- PROGRAMA ESCOLAR CONSUMO DE FRUTAS Y HORTALIZAS
- PROMOCIÓN DE LA FRUTA DE HUESO DE LA REGIÓN DE MURCIA
- PROMOCIÓN DEL CONEJO DE LA REGIÓN DE MURCIA
- PROMOCIÓN DEL PIMIENTO DE LA REGIÓN DE MURCIA

ODS 13. Adoptar medidas urgentes para combatir el cambio climático y sus efectos.

- Y YO QUÉ HAGO

ODS 14. Conservar y utilizar de forma sostenible los océanos, los mares y los recursos marinos para lograr el desarrollo sostenible.

- PLAN COPLA Y PLAN INFOMUR

ODS 15. Gestionar sosteniblemente los bosques, luchar contra la desertificación, detener e invertir la degradación de las tierras, detener la pérdida de biodiversidad.

- LUCHA CONTRA LA DESPOBLACIÓN Y MEJORA DE LA CALIDAD DE VIDA EN EL MEDIO RURAL
- MEDIDAS DE SEGURIDAD Y PREVENCIÓN ANTE TERREMOTOS
- PREVENCIÓN DE INCENDIOS FORESTALES

ODS 16. Promover sociedades justas, pacíficas e inclusivas.

- PERIODO VOLUNTARIO DE PAGO DE LOS PRINCIPALES TRIBUTOS PERIÓDICOS Y FOMENTO DE LA DOMICILIACIÓN ATRM
- FORO DE TECNOLOGÍA EMOCIONAL
- REPLAY
- STEAM INTEGRA DIGITAL
- TU SEDE ELECTRÓNICA MÁS FÁCIL
- DÍA DE LA REGIÓN





- DIFUSIÓN Y PROMOCIÓN DE LA TRANSPARENCIA
- FOMENTO DE LA PARTICIPACIÓN JUVENIL EN LOS ASUNTOS PÚBLICOS
- DIFUSIÓN Y PROMOCIÓN DE LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE (ODS)
- DÍA INTERNACIONAL DE LAS PERSONAS CON DISCAPACIDAD
- DÍA INTERNACIONAL DE LAS PERSONAS MAYORES
- DIFUSIÓN DEL NUEVO CONTRATO SAD REGIONAL PARA PERSONAS MAYORES
- POR UNA SOCIEDAD INCLUSIVA Y TOLERANTE
- QUIERO ACOGERTE
- NO LE DEJES SOLO
- AYUDAS PARA LA PROTECCIÓN DEL HOGAR EN LAS CRISIS DEL CORONAVIRUS

ODS 17. Revitalizar la Alianza Mundial para el Desarrollo Sostenible.

- PREMIOS RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA
- DIFUSIÓN Y PROMOCIÓN DE LA TRANSPARENCIA
- FOMENTO DE LA PARTICIPACIÓN JUVENIL EN LOS ASUNTOS PÚBLICOS
- DIFUSIÓN Y PROMOCIÓN DE LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE (ODS)

IX. PRESUPUESTO

La inversión en campañas de publicidad y comunicación institucional que la Administración Regional tiene previsto realizar durante el ejercicio 2021 asciende a un **total de 3.923.997,00 €**.

En cuanto al peso de la inversión por ejes destaca en primer lugar el *Eje 10. Cultura y Turismo* con un presupuesto de 2.416.000€, atribuible básicamente al ITREM, y que representan el 62% de la inversión. En segundo lugar encontramos el *Eje 1. Economía y Empleo* con un presupuesto de 666.000 €, atribuible más de un tercio del mismo al Instituto de Fomento, y que representa el 17% de la inversión total. 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 224.497 €, que representa un 6% de la inversión.





Gráfico 8. Presupuesto de campañas por Ejes



Tabla 2. Clasificación por ejes¹

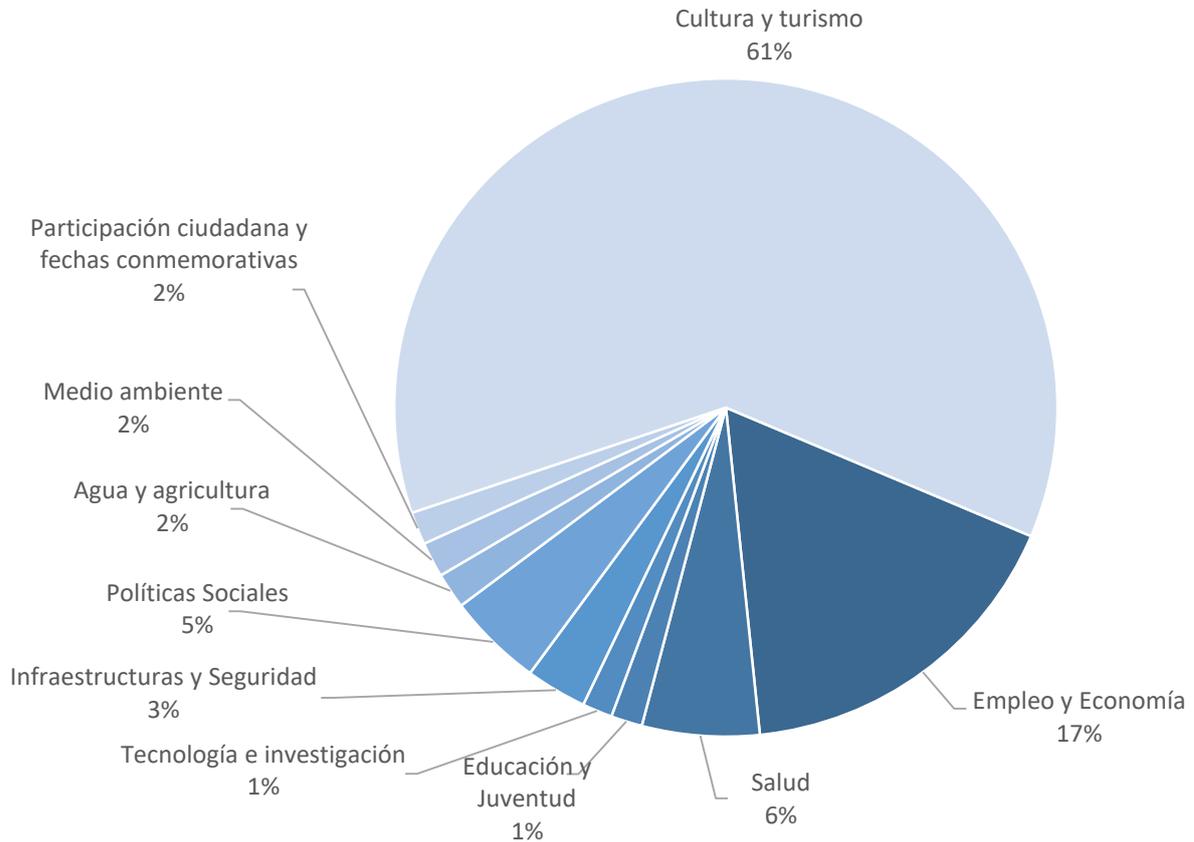
Eje	Campañas	Presupuesto	%
Empleo y Economía	15	666.000,00 €	17%
Salud	10	224.497,00 €	6%
Educación y Juventud	4	60.000,00 €	2%
Tecnología e investigación	6	57.500,00 €	1%
Infraestructuras y Seguridad	8	117.000,00 €	3%
Políticas Sociales	17	183.000,00 €	5%
Agua y agricultura	4	69.000,00 €	2%
Medio ambiente	5	68.000,00 €	2%
Participación ciudadana y fechas conmemorativas	4	63.000,00 €	2%
Cultura y turismo	6	2.416.000,00 €	62%
Total	79	3.923.997,00 €	100%

¹ 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



Dentro de la inversión del sector público el mayor presupuesto corresponde a las campañas del Instituto de Turismo (ITREM), con un total de 2.338.000, seguidas de las del Instituto de Fomento (INFO), con una inversión de 210.000€.

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 2021 se prevé realizar **un total de 5 campañas cuyo presupuesto asciende a 292.500 €**.





Tabla 3. Campañas financiadas con fondos europeos

Consejería/Ente	Campaña	Presupuesto
Economía, Hacienda y Administración Digital	DIFUSIÓN DE LA FINANCIACIÓN EUROPEA DE LOS PROGRAMAS OPERATIVOS FEDER Y FSE EN LA REGIÓN DE MURCIA	265.000 €
Fundación INTEGRA	CURSOS DE FORMACIÓN ON LINE	2.500 €
Fundación INTEGRA	FORO DE TECNOLOGÍA EMOCIONAL	20.000 €
Fundación INTEGRA	REPLAY	2.500 €
Fundación INTEGRA	STEAM INTEGRA DIGITAL	2.500 €
	Total	292.500 €

VIII. EVALUACIÓN

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

Por este motivo, además del informe o memoria de ejecución y valoración final del resultado de cada una de las campañas, que deberán elaborar las empresas que resulten adjudicatarias de la difusión de las mismas, la consejería competente en materia de comunicación institucional, a través del Consejo de Publicidad y de Comunicación Institucional –en cuanto órgano encargado de evaluar las actividades de publicidad y comunicación de la Administración pública de la CARM, y como rendición de cuentas,





elaborará en el primer trimestre de 2022 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.

X. 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 **79 campañas² de publicidad institucional**, con un **presupuesto de 3.923.997 €**.

La **principal prioridad de interés público** en materia de publicidad y comunicación institucional para el año 2021 es *d) Difundir información sobre los derechos y deberes de la ciudadanía y los servicios, actividades y programas de los que se puede beneficiar* con un total de **26 campañas**.

² 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.





Los ejes con **mayor número de campañas** son el *Eje 6. Políticas Sociales* con 12 con 17 campañas seguido del *Eje 1. Empleo y Economía* con 15 campañas y el *Eje 2. Salud* con 10.

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

- El ***Eje 10. Cultura y Turismo*** con un presupuesto de 2.416.000 €, atribuible básicamente al ITREM, y que representa el 62% de la inversión.
- El ***Eje 1. Empleo y Economía*** con un presupuesto de 666.000,00 €, atribuible en gran proporción al INFO, y que representa el 17% de la inversión
- Y por último, el ***Eje 2. Salud*** con un presupuesto de 224.497,00 €, que representa un 6% de la inversión.

En lo referente al público objetivo de las campañas, en un **62% se centran en público general**, mientras que un 38% se orientan a colectivos más específicos.

Si analizamos los medios previsto a utilizar, de las 79 campañas, en 48 de ellas se propone el uso de radio y redes sociales. Le siguen muy de cerca los medios digitales (43 campañas) y la televisión (34). A continuación encontramos medios impresos 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 79 campañas incluidas en el Plan y estructuradas según los 10 ejes por materias.



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-88b6b64f-f11e-50ec-2094-0056569b34e7



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-88b6b4f-f11e-50ec-2094-0056569b34e7



ANEXO

[Escriba aquí]

ÍNDICE DE EJES Y CAMPAÑAS

1. EMPLEO Y ECONOMÍA

- 01.01 LUCHA CONTRA LA BRECHA SALARIAL
- 01.02 PROMOCIÓN DE ACTUACIONES CONTRA LA PRECARIEDAD LABORAL
- 01.03 AYUDAS AUTÓNOMOS
- 01.04 PREMIOS RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA
- 01.05 WEB AUTÓNOMOS
- 01.06 WEB ECONOMÍA SOCIAL
- 01.07 ARTESANÍA KILÓMETRO CERO
- 01.08 ESTRATEGIA POR EL EMPLEO DE CALIDAD 2021-2024
- 01.09 AYUDAS PARA LA REACTIVACIÓN DEL EMPLEO
- 01.10 CONVOCATORIAS, PROYECTOS Y SERVICIOS DEL INSTITUTO DE FOMENTO (INFO)
- 01.11 MUJER RURAL
- 01.12 LUCHA CONTRA LA DESPOBLACIÓN Y MEJORA DE LA CALIDAD DE VIDA EN EL MEDIO RURAL
- 01.13 DIFUSIÓN DE LA FINANCIACIÓN EUROPEA DE LOS PROGRAMAS OPERATIVOS FEDER Y FSE EN LA REGIÓN DE MURCIA
- 01.14 CANALES TELEMÁTICOS DE ATENCIÓN DE LA AGENCIA TRIBUTARIA DE LA REGIÓN DE MURCIA
- 01.15 PERIODO VOLUNTARIO DE PAGO DE LOS PRINCIPALES TRIBUTOS PERIÓDICOS Y FOMENTO DE LA DOMICILIACIÓN ATRM

2. SALUD

- 02.01 CONCIENCIACIÓN COVID-19
- 02.02 CENTROS DEPORTIVOS SALUDABLES
- 02.03 SUMA Y SIGUE
- 02.04 PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES
- 02.05 VACUNACIÓN CONTRA LA GRIPE
- 02.06 CONTRA EL TABACO
- 02.07 ERRADICACIÓN DEL MOSQUITO TIGRE
- 02.08 PORTAL DEL PACIENTE
- 02.09 LOS RIESGOS PSICOSOCIALES TAMBIÉN SON RIESGOS LABORALES
- 02.10 PREVENCIÓN Y CONCIENCIACIÓN DEL CONTAGIO COVID-19 ENTRE LA JUVENTUD DE LA REGIÓN DE MURCIA



[Escriba aquí]

3. EDUCACIÓN Y JUVENTUD

- 03.01 PROMOCIÓN DEL PREAR
- 03.02 FORMACIÓN PROFESIONAL, FORMACIÓN DE FUTURO
- 03.03 BACHILLERATOS A LA CARTA
- 03.04 ATENDIENDO A LA DIVERSIDAD

4. TECNOLOGÍA E INVESTIGACIÓN

- 04.01 PAECARM
- 04.02 CURSOS DE FORMACIÓN ON LINE
- 04.03 FORO DE TECNOLOGÍA EMOCIONAL
- 04.04 REPLAY
- 04.05 STEAM INTEGRA DIGITAL
- 04.06 TU SEDE ELECTRÓNICA MÁS FÁCIL

5. INFRAESTRUCTURAS Y SEGURIDAD.

- 05.01 NUEVO MAPA DE MOVILIDAD COTIDIANA
- 05.02 MODELO DE CONSTRUCCIÓN Y ARQUITECTURA SOSTENIBLE
- 05.03 MEDIDAS DE SEGURIDAD Y PREVENCIÓN ANTE TERREMOTOS
- 05.04 CAPTACIÓN DE VOLUNTARIOS DE PROTECCIÓN CIVIL
- 05.05 PREVENCIÓN DE ACCIDENTES EN EL HOGAR DURANTE EL INVIERNO
- 05.06 PREVENCIÓN DE INCENDIOS FORESTALES
- 05.07 MEDIDAS DE SEGURIDAD Y PREVENCIÓN ANTE INUNDACIONES
- 05.08 PLAN COPLA Y PLAN INFOMUR

6. POLÍTICAS SOCIALES.

- 06.01 AYUDAS PARA LA PROTECCIÓN DEL HOGAR EN LAS CRISIS DEL CORONAVIRUS
- 06.02 NO LE DEJES SOLO
- 06.03 SENSIBILIZACIÓN CONTRA LA VIOLENCIA SEXUAL
- 06.04 QUIERO ACOGERTE
- 06.05 DÍA INTERNACIONAL DEL ORGULLO LGTB
- 06.06 PLAN CORRESPONSABLES
- 06.07 VIOLENCIA DE GÉNERO
- 06.08 POR UNA SOCIEDAD INCLUSIVA Y TOLERANTE



[Escriba aquí]

- 06.09 EL SISTEMA PÚBLICO DE SERVICIOS SOCIALES
- 06.10 QUIERO CUIDARTE
- 06.11 MEJORA DE LA EMPLEABILIDAD PARA PERSONAS EN SITUACIÓN DE EXCLUSIÓN SOCIAL
- 06.12 DIFUSIÓN DEL NUEVO CONTRATO SAD REGIONAL PARA PERSONAS MAYORES
- 06.13 DÍA INTERNACIONAL DE LAS PERSONAS MAYORES
- 06.14 DÍA INTERNACIONAL DE LAS PERSONAS CON DISCAPACIDAD
- 06.15 ACTUACIONES CONTRA LA SOLEDAD NO DESEADA EN LAS PERSONAS MAYORES
- 06.16 PROMOCIÓN DE LA IGUALDAD Y LA DIVERSIDAD EN LOS JOVENES
- 06.17 DIFUSIÓN DE ACTUACIONES DE LA COOPERACIÓN MURCIANA PARA LUCHAR CONTRA LOS EFECTOS DE LA COVID EN EL MUNDO

7. AGUA Y AGRICULTURA.

- 07.01 PROMOCIÓN DEL PIMIENTO DE LA REGIÓN DE MURCIA
- 07.02 PROMOCIÓN DEL CONEJO DE LA REGIÓN DE MURCIA
- 07.03 PROMOCIÓN DE LA FRUTA DE HUESO DE LA REGIÓN DE MURCIA
- 07.04 PROGRAMA ESCOLAR CONSUMO DE FRUTAS Y HORTALIZAS DE LA REGIÓN DE MURCIA

8. MEDIO AMBIENTE.

- 08.01 Y YO QUÉ HAGO
- 08.02 BUENAS PRÁCTICAS EMPRESARIALES
- 08.03 CONSUMO RESPONSABLE EN EL HOGAR
- 08.04 CONSUMO SOSTENIBLE EN EL SECTOR EMPRESARIAL
- 08.05 GESTIÓN DE RESIDUOS

9. PARTICIPACIÓN CIUDADANA Y FECHAS CONMEMORATIVAS.

- 09.01 DIFUSIÓN Y PROMOCIÓN DE LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE (ODS)
- 09.02 FOMENTO DE LA PARTICIPACIÓN JUVENIL EN LOS ASUNTOS PÚBLICOS
- 09.03 DIFUSIÓN Y PROMOCIÓN DE LA TRANSPARENCIA
- 09.04 DÍA DE LA REGIÓN

10. CULTURA Y TURISMO.



[Escriba aquí]

- 10.01 FOMENTO DE LA LECTURA
- 10.02 RECUPERANDO NUESTRO LEGADO
- 10.03 REGIÓN DE MURCIA: PATRIMONIO DE LA HUMANIDAD
- 10.04 PROMOCIÓN II FESTIVAL ESTREN-ARTE
- 10.05 REGIÓN DE MURCIA, CAPITAL MUNDIAL DE LOS DEPORTES AGUA 2023
- 10.06 PROMOCIÓN TURÍSTICA 2021

30/07/2021 12:11:17

ORTUNO.SOTO.MARCO

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-88b6b64f-f11e-50ec-2094-005656934e7





EJE 1: EMPLEO Y ECONOMÍA

CONSEJERÍA DE EMPRESA, EMPLEO, UNIVERSIDADES Y PORTAVOCIA

DIRECCIÓN GENERAL DE DIÁLOGO SOCIAL Y BIENESTAR LABORAL

CAMPAÑA Nº 01.01

LUCHA CONTRA LA BRECHA SALARIAL

Objetivo:

Promover la eliminación de la brecha salarial promocionando la política de igual retribución por trabajo e igual valor entre hombres y mujeres.

Coste estimado: 15.000,00 €

Período de ejecución: Tercer cuatrimestre

Medios: Radio, prensa digital, redes sociales, elementos impresos y exterior

Zona de influencia: Región de Murcia

Población objetivo: Empresarios, Trabajadores

Ámbito: Administración general

EJE 1: EMPLEO Y ECONOMÍA

CONSEJERÍA DE EMPRESA, EMPLEO, UNIVERSIDADES Y PORTAVOCIA

DIRECCIÓN GENERAL DE DIÁLOGO SOCIAL Y BIENESTAR LABORAL

CAMPAÑA Nº 01.02

PROMOCIÓN DE ACTUACIONES CONTRA LA PRECARIEDAD LABORAL

Objetivo:

Concienciar y sensibilizar a trabajadores y empresas sobre la importancia de mejorar la calidad de la contratación, especialmente en materia de temporalidad, parcialidad y horarios laborales.

Coste estimado: 15.000,00 €

Período de ejecución: Tercer cuatrimestre

Medios: Radio, prensa digital, redes sociales, elementos impresos y exterior

Zona de influencia: Región de Murcia

Población objetivo: Empresarios, Trabajadores

Ámbito: Administración general

EJE 1: EMPLEO Y ECONOMÍA

CONSEJERÍA DE EMPRESA, EMPLEO, UNIVERSIDADES Y PORTAVOCIA





DIRECCIÓN GENERAL DE ECONOMÍA SOCIAL Y TRABAJO AUTÓNOMO

CAMPAÑA Nº 01.03	AYUDAS AUTÓNOMOS
Objetivo: Dar publicidad a las ayudas que se publicarán a lo largo del 2021 dentro de los fondos COVID.	
Coste estimado: 13.000,00 €	
Período de ejecución: Tercer cuatrimestre	
Medios: Radio, prensa digital, redes sociales y exterior	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: Autónomos	
Ámbito: Administración general	

EJE 1: EMPLEO Y ECONOMÍA

CONSEJERÍA DE EMPRESA, EMPLEO, UNIVERSIDADES Y PORTAVOCIA

DIRECCIÓN GENERAL DE ECONOMÍA SOCIAL Y TRABAJO AUTÓNOMO

CAMPAÑA Nº 01.04	PREMIOS RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA
Objetivo: Esta campaña tiene como objetivo potenciar la cultura de la Responsabilidad Social Corporativa en nuestra región mediante la difusión de los 'Premios RSC' para colectivos de la Región de Murcia.	
Coste estimado: 15.000,00 €	
Período de ejecución: Tercer cuatrimestre	
Medios: Radio, prensa digital, redes sociales y exterior	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: Autónomos, Empresarios	
Ámbito: Administración general	

EJE 1: EMPLEO Y ECONOMÍA

CONSEJERÍA DE EMPRESA, EMPLEO, UNIVERSIDADES Y PORTAVOCIA

DIRECCIÓN GENERAL DE ECONOMÍA SOCIAL Y TRABAJO AUTÓNOMO

CAMPAÑA Nº 01.05	WEB AUTÓNOMOS
-------------------------	----------------------





Objetivo: Dar publicidad al portal que está previsto realizar sobre trabajadores autónomos.
Coste estimado: 15.000,00 €
Período de ejecución: Tercer cuatrimestre
Medios: Prensa digital, redes sociales y exterior
Zona de influencia: Región de Murcia
Población objetivo: Autónomos
Ámbito: Administración general

EJE 1: EMPLEO Y ECONOMÍA

CONSEJERÍA DE EMPRESA, EMPLEO, UNIVERSIDADES Y PORTAVOCIA

DIRECCIÓN GENERAL DE ECONOMÍA SOCIAL Y TRABAJO AUTÓNOMO

CAMPAÑA Nº 01.06	WEB ECONOMÍA SOCIAL
Objetivo: Dar publicidad al portal que está previsto realizar sobre economía social.	
Coste estimado: 15.000,00 €	
Período de ejecución: Segundo cuatrimestre	
Medios: Prensa digital, redes sociales y elementos impresos	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: Asociaciones de economía social	
Ámbito: Administración general	

EJE 1: EMPLEO Y ECONOMÍA

CONSEJERÍA DE EMPRESA, EMPLEO, UNIVERSIDADES Y PORTAVOCIA

DIRECCIÓN GENERAL DE CONSUMO Y ARTESANÍA

CAMPAÑA Nº 01.07	ARTESANÍA KILÓMETRO CERO
Objetivo: Promocionar la artesanía de la Región de Murcia y mejorar la competitividad del sector artesano regional. Comercializar los productos artesanos en nuestra región como productos ecológicos,	





sostenibles y de cercanía.
Coste estimado: 15.000,00 €
Período de ejecución: Tercer cuatrimestre
Medios: Prensa digital, redes sociales y exterior
Zona de influencia: Región de Murcia
Población objetivo: General
Ámbito: Administración general

EJE 1: EMPLEO Y ECONOMÍA

CONSEJERÍA DE EMPRESA, EMPLEO, UNIVERSIDADES Y PORTAVOCIA

SERVICIO REGIONAL DE EMPLEO Y FORMACIÓN

CAMPAÑA Nº 01.08	ESTRATEGIA POR EL EMPLEO DE CALIDAD 2021-2024
Objetivo: Promoción del Servicio Regional de Empleo y Formación.	
Coste estimado: 15.000,00 €	
Período de ejecución: Segundo y tercer cuatrimestre	
Medios: Televisión, radio, prensa y revistas, prensa digital, redes sociales y elementos impresos	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: General	
Ámbito: Sector público	

EJE 1: EMPLEO Y ECONOMÍA

CONSEJERÍA DE EMPRESA, EMPLEO, UNIVERSIDADES Y PORTAVOCIA

SERVICIO REGIONAL DE EMPLEO Y FORMACIÓN

CAMPAÑA Nº 01.09	AYUDAS PARA LA REACTIVACIÓN DEL EMPLEO
Objetivo: Dar a conocer las diferentes ayudas del SEF que se vayan poniendo en marcha para paliar los efectos de la crisis sanitaria y la reactivación del empleo.	
Coste estimado: 40.000,00 €	
Período de ejecución: Segundo y tercer cuatrimestre	

30/07/2021 12:11:17
ORTUNO SOTO, MARCOS
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-88b6b64f-f11e-50ec-2094-0056569b34e7





Medios: Televisión, radio, prensa y revistas, prensa digital, redes sociales y elementos impresos

Zona de influencia: Región de Murcia

Población objetivo: General

Ámbito: Sector público

EJE 1: EMPLEO Y ECONOMÍA

CONSEJERÍA DE EMPRESA, EMPLEO, UNIVERSIDADES Y PORTAVOCIA

DIRECCIÓN DEL INSTITUTO DE FOMENTO DE LA REGIÓN DE MURCIA (INFO)

CAMPAÑA Nº 01.10

CONVOCATORIAS, PROYECTOS Y SERVICIOS DEL INSTITUTO DE FOMENTO (INFO)

Objetivo:

Dar a conocer, puntualmente, conforme a necesidad, las convocatorias de ayudas, de eventos, los servicios y proyectos, etc... propios del Info.

Coste estimado: 210.000,00 €

Período de ejecución: Anual

Medios: Prensa, radio y redes sociales

Zona de influencia: Región de Murcia

Población objetivo: Emprendedores, Empresarios

Ámbito: Sector público

EJE 1: EMPLEO Y ECONOMÍA

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

DIRECCIÓN GENERAL DE MUJER Y DIVERSIDAD DE GÉNERO

CAMPAÑA Nº 01.11

MUJER RURAL

Objetivo:

Visibilizar la situación actual de las mujeres en el entorno rural y destacar su importancia en este ámbito.

Coste estimado: 15.000,00 €

Período de ejecución: Segundo y tercer cuatrimestre

Medios: No se señala ningún soporte de los propuestos ya que los mismos se seleccionarán por el plan de medios que se encarga por esta Consejería a una empresa especializada





Zona de influencia: Región de Murcia

Población objetivo: General

Ámbito: Administración general

EJE 1: EMPLEO Y ECONOMÍA

CONSEJERIA DE PRESIDENCIA, TURISMO Y DEPORTES

DIRECCIÓN GENERAL DE ADMINISTRACIÓN LOCAL

CAMPAÑA Nº 01.12

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

Objetivo:

Concienciar acerca de la importancia del medio rural como una parte esencial de nuestra región y sus posibilidades desde el punto de vista turístico como herramienta para evitar la despoblación.

Coste estimado: 18.000,00 €

Período de ejecución: Anual

Medios: Televisión, radio, prensa y revistas y prensa digital

Zona de influencia: Región de Murcia

Población objetivo: General

Ámbito: Administración general

EJE 1: EMPLEO Y ECONOMÍA

CONSEJERÍA DE ECONOMÍA, HACIENDA Y ADMINISTRACIÓN DIGITAL

DIRECCIÓN GENERAL DE PRESUPUESTOS Y FONDOS EUROPEOS

CAMPAÑA Nº 01.13

DIFUSIÓN DE LA FINANCIACIÓN EUROPEA DE LOS PROGRAMAS OPERATIVOS FEDER Y FSE EN LA REGIÓN DE MURCIA

Objetivo:

Dar a conocer a los ciudadanos de la Región la existencia de los referidos Programas Operativos, la contribución de los Fondos Europeos a los mismos y las acciones más significativas llevadas a cabo en el ámbito de la Comunidad Autónoma de Murcia con fina

Coste estimado: 265.000,00 €

Período de ejecución: Tercer cuatrimestre

Medios: Televisión, radio, prensa y revistas, prensa digital, redes sociales, cine, elementos impresos y exterior

Zona de influencia: Región de Murcia





Población objetivo: General

Ámbito: Administración general

EJE 1: EMPLEO Y ECONOMÍA

CONSEJERÍA DE ECONOMÍA, HACIENDA Y ADMINISTRACIÓN DIGITAL

AGENCIA TRIBUTARIA DE LA REGIÓN DE MURCIA

CAMPAÑA Nº 01.14

CANALES TELEMÁTICOS DE ATENCIÓN DE LA AGENCIA TRIBUTARIA DE LA REGIÓN DE MURCIA

Objetivo:

La situación provocada por la pandemia del COVID-19 ha tenido como consecuencia un cambio radical en la atención al ciudadano, dado que no solo se ha restringido el canal presencial durante un periodo de tiempo (en el caso de la ATRM, la Red de Oficinas e

Coste estimado: 0,00 €

Período de ejecución: Segundo y tercer cuatrimestre

Medios: Redes sociales

Zona de influencia: Región de Murcia

Población objetivo: Jóvenes

Ámbito: Sector público

EJE 1: EMPLEO Y ECONOMÍA

CONSEJERÍA DE ECONOMÍA, HACIENDA Y ADMINISTRACIÓN DIGITAL

AGENCIA TRIBUTARIA DE LA REGIÓN DE MURCIA

CAMPAÑA Nº 01.15

PERIODO VOLUNTARIO DE PAGO DE LOS PRINCIPALES TRIBUTOS PERIÓDICOS Y FOMENTO DE LA DOMICILIACIÓN ATRM

Objetivo:

Potenciar y mejorar los resultados de la recaudación voluntaria de las deudas tributarias de vencimiento periódico, e informar de los plazos disponibles para el pago o los medios disponibles para ello.

Coste estimado: 0,00 €

Período de ejecución: Primer cuatrimestre

Medios: Televisión, radio, prensa digital, redes sociales, cine y elementos impresos

Zona de influencia: Región de Murcia

Población objetivo: General





Ámbito: Sector público

EJE 2: SALUD

CONSEJERÍA DE SALUD

DIRECCIÓN GENERAL DE SALUD PÚBLICA Y ADICCIONES

CAMPAÑA Nº 02.01

CONCIENCIACIÓN COVID-19

Objetivo:

Ofrecer a la población de la Región de Murcia la información necesaria acerca de a la situación actual de la pandemia y concienciar acerca de las medidas de protección que se deben llevar a cabo, así como cualesquiera otros mensajes que deban darse relaci

Coste estimado: 79.497,00 €

Período de ejecución: Anual

Medios: Televisión, radio, prensa y revistas, prensa digital, redes sociales y exterior

Zona de influencia: Región de Murcia

Población objetivo: General

Ámbito: Administración general

EJE 2: SALUD

CONSEJERIA DE PRESIDENCIA, TURISMO Y DEPORTES

DIRECCIÓN GENERAL DE DEPORTES

CAMPAÑA Nº 02.02

CENTROS DEPORTIVOS SALUDABLES

Objetivo:

La difusión de la marca de calidad 'Centro Deportivo Saludable' y lo que ello conlleva como reconocimiento para instalaciones deportivas , las cuales deben cumplir una serie de requisitos, y que impulsará y mejorará toda la actividad que desarrollan esto

Coste estimado: 15.000,00 €

Período de ejecución: Primer cuatrimestre

Medios: Prensa y revistas, prensa digital, redes sociales y exterior

Zona de influencia: Región de Murcia

Población objetivo: General

Ámbito: Administración general





EJE 2: SALUD

CONSEJERIA DE PRESIDENCIA, TURISMO Y DEPORTES

DIRECCIÓN GENERAL DE JUVENTUD

CAMPAÑA Nº 02.03

SUMA Y SIGUE

Objetivo:

Campaña dirigida a la juventud en la que plantear un mensaje positivo hacia la vacunación contra el SARS-COV2, con el fin de crear un contexto favorable hacia la necesaria inmunidad de la población, de manera que se contrarresten mensajes negacionistas.

Coste estimado: 15.000,00 €

Período de ejecución: Tercer cuatrimestre

Medios: Televisión, radio, prensa digital, redes sociales, elementos impresos y exterior

Zona de influencia: Región de Murcia

Población objetivo: Jóvenes

Ámbito: Administración general

EJE 2: SALUD

CONSEJERÍA DE EMPRESA, EMPLEO, UNIVERSIDADES Y PORTAVOCIA

DIRECCIÓN GENERAL DE DIÁLOGO SOCIAL Y BIENESTAR LABORAL

CAMPAÑA Nº 02.04

PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES

Objetivo:

Trasladar a la sociedad en general, la importancia de prevenir los riesgos laborales para evitar daños a la salud derivados de los mismos. Así mismo se pretende incrementar la cultura preventiva y que esta forme parte de todos los procesos que se llevan a

Coste estimado: 15.000,00 €

Período de ejecución: Tercer cuatrimestre

Medios: Radio, prensa y revistas, prensa digital, redes sociales, elementos impresos y exterior

Zona de influencia: Región de Murcia

Población objetivo: Empresarios, General, Trabajadores

Ámbito: Administración general

EJE 2: SALUD

CONSEJERÍA DE SALUD





DIRECCIÓN GENERAL DE SALUD PÚBLICA Y ADICCIONES

CAMPAÑA Nº 02.05	VACUNACIÓN CONTRA LA GRIPE
Objetivo: Concienciar a la población sobre la importancia de vacunarse contra la gripe, con el objetivo de aumentar la cobertura de vacunación especialmente sobre la población diana (mayores, embarazadas, sanitarios, etc.).	
Coste estimado: 18.000,00 €	
Período de ejecución: Tercer cuatrimestre	
Medios: Prensa, radio, televisión y digital	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: General	
Ámbito: Administración general	

EJE 2: SALUD

CONSEJERÍA DE SALUD

DIRECCIÓN GENERAL DE SALUD PÚBLICA Y ADICCIONES

CAMPAÑA Nº 02.06	CONTRA EL TABACO
Objetivo: Sensibilizar a la población en general sobre los efectos nocivos del tabaquismo, fomentar el abandono del mismo y prevenir contra su consumo.	
Coste estimado: 12.000,00 €	
Período de ejecución: Tercer cuatrimestre	
Medios: Prensa, radio, televisión y digital	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: General	
Ámbito: Administración general	

EJE 2: SALUD

CONSEJERÍA DE SALUD

DIRECCIÓN GENERAL DE SALUD PÚBLICA Y ADICCIONES

CAMPAÑA Nº 02.07	ERRADICACIÓN DEL MOSQUITO TIGRE
-------------------------	--





Objetivo:

Alertar a la población de la Región de Murcia de los peligros que entraña la proliferación del mosquito tigre y, muy especialmente, facilitar información y consejos sobre las acciones cívicas más adecuadas para dificultar la reproducción de este insecto.

Coste estimado: 12.000,00 €

Período de ejecución: Segundo cuatrimestre

Medios: Radio, televisión y digital

Zona de influencia: Región de Murcia

Población objetivo: General

Ámbito: Administración general

EJE 2: SALUD

CONSEJERÍA DE SALUD

DIRECCIÓN GERENCIA DEL SERVICIO MURCIANO DE SALUD

CAMPAÑA Nº 02.08

PORTAL DEL PACIENTE

Objetivo:

Fomentar el uso del Portal del Paciente entre los usuarios del SMS. Evita desplazamientos, más necesario aún en pandemia.

Coste estimado: 25.000,00 €

Período de ejecución: Segundo y tercer cuatrimestre

Medios: Radio, televisión y digital

Zona de influencia: Región de Murcia

Población objetivo: General

Ámbito: Sector público

EJE 2: SALUD

CONSEJERÍA DE EMPRESA, EMPLEO, UNIVERSIDADES Y PORTAVOCIA

DIRECCIÓN GENERAL DE DIÁLOGO SOCIAL Y BIENESTAR LABORAL

CAMPAÑA Nº 02.09

LOS RIESGOS PSICOSOCIALES TAMBIÉN SON RIESGOS LABORALES

Objetivo:

Trasladar a empresarios y trabajadores la importancia de evaluar y controlar los riesgos psicosociales





en el trabajo, como medida de prevención del estrés y otras situaciones derivadas de un ambiente psicosocial nocivo en las empresas.

Coste estimado: 15.000,00 €

Período de ejecución: Tercer cuatrimestre

Medios: Radio, prensa digital, redes sociales, elementos impresos y exterior

Zona de influencia: Región de Murcia

Población objetivo: Empresarios, Trabajadores

Ámbito: Administración general

EJE 2: SALUD

CONSEJERIA DE PRESIDENCIA, TURISMO Y DEPORTES

DIRECCIÓN GENERAL DE JUVENTUD

CAMPAÑA Nº 02.10

PREVENCIÓN Y CONCIENCIACIÓN DEL CONTAGIO COVID-19 ENTRE LA JUVENTUD DE LA REGIÓN DE MURCIA

Objetivo:

Campaña de concienciación para prevenir la transmisión y el contagio COVID-19 entre la población juvenil, y promover actitudes responsables.

Coste estimado: 18.000,00 €

Período de ejecución: Segundo cuatrimestre

Medios:

Zona de influencia: Región de Murcia

Población objetivo: Jóvenes

Ámbito: Administración general

EJE 3: EDUCACIÓN Y JUVENTUD

CONSEJERÍA DE EDUCACIÓN Y CULTURA

DIRECCIÓN GENERAL DE EVALUACIÓN EDUCATIVA Y FORMACIÓN PROFESIONAL

CAMPAÑA Nº 03.01

PROMOCIÓN DEL PREAR

Objetivo:

Difusión de las próximas convocatorias del PREAR (Procedimiento para el Reconocimiento, Evaluación, Acreditación y Registro de la competencia profesional) mediante las que potenciar la





puesta en valor de las competencias profesionales adquiridas por las
Coste estimado: 15.000,00 €
Período de ejecución: Anual
Medios: Radio, prensa digital y redes sociales
Zona de influencia: Región de Murcia
Población objetivo: Empresarios, Trabajadores
Ámbito: Administración general

EJE 3: EDUCACIÓN Y JUVENTUD
CONSEJERÍA DE EDUCACIÓN Y CULTURA
DIRECCIÓN GENERAL DE EVALUACIÓN EDUCATIVA Y FORMACIÓN PROFESIONAL

CAMPAÑA Nº 03.02	FORMACIÓN PROFESIONAL, FORMACIÓN DE FUTURO
Objetivo: Dar a conocer la Formación Profesional, haciendo énfasis en el récord histórico de alumnado y el gran número de ciclos formativos que se ofertan.	
Coste estimado: 15.000,00 €	
Período de ejecución: Segundo cuatrimestre	
Medios: Radio, prensa y revistas y redes sociales	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: Jóvenes	
Ámbito: Administración general	

EJE 3: EDUCACIÓN Y JUVENTUD
CONSEJERÍA DE EDUCACIÓN Y CULTURA
DIRECCIÓN GENERAL DE EVALUACIÓN EDUCATIVA Y FORMACIÓN PROFESIONAL

CAMPAÑA Nº 03.03	BACHILLERATOS A LA CARTA
Objetivo: Dar a conocer los diferentes tipos de Bachilleratos que se han impulsado en la Región: de Investigación, Artes, Horarios integrados, Baccaulereat, Internacional, Mares y Bilingüe alemán.	
Coste estimado: 15.000,00 €	

30.07/2021.12.11.17
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-88b6b64f-11e-50ec-2094-005659b34e7





Período de ejecución: Segundo cuatrimestre
Medios: Radio, prensa y revistas, prensa digital y redes sociales
Zona de influencia: Región de Murcia
Población objetivo: Familias, Jóvenes
Ámbito: Administración general

EJE 3: EDUCACIÓN Y JUVENTUD

CONSEJERÍA DE EDUCACIÓN Y CULTURA

DIRECCIÓN GENERAL DE INNOVACIÓN EDUCATIVA Y ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD

CAMPAÑA Nº 03.04	ATENDIENDO A LA DIVERSIDAD
Objetivo: Dar a conocer a la ciudadanía de la Región de Murcia los programas puestos en marcha desde la Consejería de Educación y Cultura en materia de atención a la diversidad.	
Coste estimado: 15.000,00 €	
Período de ejecución: Tercer cuatrimestre	
Medios: Televisión, radio, medios impresos y redes sociales	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: General	
Ámbito: Administración general	

EJE 4: TECNOLOGÍA E INVESTIGACIÓN

CONSEJERÍA DE ECONOMÍA, HACIENDA Y ADMINISTRACIÓN DIGITAL

DIRECCION GENERAL DE INFORMÁTICA Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL

CAMPAÑA Nº 04.01	PAECARM
Objetivo: Campaña de difusión de las operaciones financiadas por fondos FEDER: 'DGPI-D-2: Servicio de integración de aplicaciones con la plataforma de Administración Electrónica de la CARM (PAECARM Consejerías)' y 'DGPI-D-3: Plataforma para la prestación de servicio	
Coste estimado: 15.000,00 €	
Período de ejecución: Tercer cuatrimestre	
Medios: Radio, prensa digital y redes sociales	





Zona de influencia: Región de Murcia

Población objetivo: General

Ámbito: Administración general

EJE 4: TECNOLOGÍA E INVESTIGACIÓN

CONSEJERÍA DE ECONOMÍA, HACIENDA Y ADMINISTRACIÓN DIGITAL

FUNDACIÓN INTEGRAL

CAMPAÑA Nº 04.02

CURSOS DE FORMACIÓN ON LINE

Objetivo:

Campaña para difundir cursos de la plataforma de formación online de la Fundación Integra entre los ciudadanos de la Región de Murcia y conseguir un mayor número de matriculaciones.

Coste estimado: 2.500,00 €

Período de ejecución: Tercer cuatrimestre

Medios: Prensa digital

Zona de influencia: Región de Murcia

Población objetivo: General

Ámbito: Sector público

EJE 4: TECNOLOGÍA E INVESTIGACIÓN

CONSEJERÍA DE ECONOMÍA, HACIENDA Y ADMINISTRACIÓN DIGITAL

FUNDACIÓN INTEGRAL

CAMPAÑA Nº 04.03

FORO DE TECNOLOGÍA EMOCIONAL

Objetivo:

Difusión de la segunda edición del Foro de Tecnología Emocional, punto de referencia, reflexión y colaboración sobre las aplicaciones de la tecnología para construir una mejor sociedad para todas las personas.

Coste estimado: 20.000,00 €

Período de ejecución: Tercer cuatrimestre

Medios: Televisión, radio, prensa digital, redes sociales y elementos impresos

Zona de influencia: Región de Murcia





Población objetivo: Profesionales de las áreas sociales y TIC

Ámbito: Sector público

EJE 4: TECNOLOGÍA E INVESTIGACIÓN

CONSEJERÍA DE ECONOMÍA, HACIENDA Y ADMINISTRACIÓN DIGITAL

FUNDACIÓN INTEGRRA

CAMPAÑA Nº 04.04

REPLAY

Objetivo:

Campaña para dar difusión del servicio REPLAY (Retransmisión de los Plenos de los Ayuntamientos por Internet) entre la ciudadanía, para que puedan consultar la información que se debate en los plenos de sus municipios y entre los ayuntamientos que quieran

Coste estimado: 2.500,00 €

Período de ejecución: Tercer cuatrimestre

Medios: Prensa, redes sociales y elementos impresos

Zona de influencia: Región de Murcia

Población objetivo: General

Ámbito: Sector público

EJE 4: TECNOLOGÍA E INVESTIGACIÓN

CONSEJERÍA DE ECONOMÍA, HACIENDA Y ADMINISTRACIÓN DIGITAL

FUNDACIÓN INTEGRRA

CAMPAÑA Nº 04.05

STEAM INTEGRRA DIGITAL

Objetivo:

Campaña para dar difusión de diversas acciones de la iniciativa STEAM INTEGRRA DIGITAL cuyos objetivo es fomentar las vocaciones científico tecnológicas entre los más jóvenes, especialmente entre las niñas.

Coste estimado: 2.500,00 €

Período de ejecución: Tercer cuatrimestre

Medios: Prensa, redes sociales y elementos impresos

Zona de influencia: Región de Murcia

Población objetivo: Docentes,Estudiantes

Ámbito: Sector público





EJE 4: TECNOLOGÍA E INVESTIGACIÓN

CONSEJERÍA DE TRANSPARENCIA, PARTICIPACIÓN Y ADMINISTRACIÓN PÚBLICA

DIRECCIÓN GENERAL DE REGENERACIÓN Y MODERNIZACIÓN ADMINISTRATIVA

CAMPAÑA Nº 04.06	TU SEDE ELECTRÓNICA MÁS FÁCIL
Objetivo: Mejorar el conocimiento de las funcionalidades y herramientas de la sede electrónica de la CARM (http://sede.carm.es) por parte de la ciudadanía y empresas, y dar a conocer las mejoras que actualmente se encuentran diseñando en su accesibilidad y usabilidad	
Coste estimado: 15.000,00 €	
Período de ejecución: Tercer cuatrimestre	
Medios: Radio, prensa digital, redes sociales y exterior	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: General	
Ámbito: Administración general	

EJE 5: INFRAESTRUCTURAS Y SEGURIDAD

CONSEJERÍA DE FOMENTO E INFRAESTRUCTURAS

DIRECCIÓN GENERAL DE MOVILIDAD Y LITORAL

CAMPAÑA Nº 05.01	NUEVO MAPA DE MOVILIDAD COTIDIANA
Objetivo: Dar a conocer un nuevo sistema de movilidad más accesible, tecnológico y ecoeficaz que garantice máxima cobertura territorial a la población y contribuya a reducir las congestiones de tráfico, así como avanzar en una economía baja en carbono y ambientalme	
Coste estimado: 15.000,00 €	
Período de ejecución: Segundo y tercer cuatrimestre	
Medios: Televisión, radio, prensa y revistas, prensa digital y redes sociales	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: General	
Ámbito: Administración general	





EJE 5: INFRAESTRUCTURAS Y SEGURIDAD

CONSEJERÍA DE FOMENTO E INFRAESTRUCTURAS

DIRECCIÓN GENERAL DE TERRITORIO Y ARQUITECTURA

CAMPAÑA Nº 05.02

MODELO DE CONSTRUCCIÓN Y ARQUITECTURA SOSTENIBLE

Objetivo:

Dar a conocer a escolares, familias, particulares, empresas y administraciones públicas las medidas contenidas en el nuevo modelo de construcción y arquitectura sostenible dirigido a fomentar ciudades saludables que mejoren la calidad de vida de las perso

Coste estimado: 15.000,00 €

Período de ejecución: Segundo y tercer cuatrimestre

Medios: Televisión, radio, prensa y revistas, prensa digital y redes sociales

Zona de influencia: Región de Murcia

Población objetivo: General

Ámbito: Administración general

EJE 5: INFRAESTRUCTURAS Y SEGURIDAD

CONSEJERÍA DE TRANSPARENCIA, PARTICIPACIÓN Y ADMINISTRACIÓN PÚBLICA

DIRECCIÓN GENERAL DE SEGURIDAD CIUDADANA Y EMERGENCIAS

CAMPAÑA Nº 05.03

MEDIDAS DE SEGURIDAD Y PREVENCIÓN ANTE TERREMOTOS

Objetivo:

Consejos ante posibles movimientos sísmicos.

Coste estimado: 15.000,00 €

Período de ejecución: Tercer cuatrimestre

Medios: Televisión, radio, prensa y revistas y prensa digital

Zona de influencia: Región de Murcia

Población objetivo: General

Ámbito: Administración general

EJE 5: INFRAESTRUCTURAS Y SEGURIDAD





CONSEJERÍA DE TRANSPARENCIA, PARTICIPACIÓN Y ADMINISTRACIÓN PÚBLICA

DIRECCIÓN GENERAL DE SEGURIDAD CIUDADANA Y EMERGENCIAS

CAMPAÑA Nº 05.04

CAPTACIÓN DE VOLUNTARIOS DE PROTECCIÓN CIVIL

Objetivo:

Campaña dirigida a la captación de voluntarios de Protección Civil para todos los municipios de la región.

Coste estimado: 15.000,00 €

Período de ejecución: Segundo y tercer cuatrimestre

Medios: Televisión, radio, prensa y revistas y prensa digital

Zona de influencia: Región de Murcia

Población objetivo: General

Ámbito: Administración general

EJE 5: INFRAESTRUCTURAS Y SEGURIDAD

CONSEJERÍA DE TRANSPARENCIA, PARTICIPACIÓN Y ADMINISTRACIÓN PÚBLICA

DIRECCIÓN GENERAL DE SEGURIDAD CIUDADANA Y EMERGENCIAS

CAMPAÑA Nº 05.05

PREVENCIÓN DE ACCIDENTES EN EL HOGAR DURANTE EL INVIERNO

Objetivo:

Difusión de consejos ante olas de frío, nieve, uso de chimeneas, braseros y calefactores.

Coste estimado: 15.000,00 €

Período de ejecución: Tercer cuatrimestre

Medios: Televisión, radio, prensa y revistas y prensa digital

Zona de influencia: Región de Murcia

Población objetivo: General

Ámbito: Administración general

EJE 5: INFRAESTRUCTURAS Y SEGURIDAD

CONSEJERÍA DE TRANSPARENCIA, PARTICIPACIÓN Y ADMINISTRACIÓN PÚBLICA

DIRECCIÓN GENERAL DE SEGURIDAD CIUDADANA Y EMERGENCIAS





CAMPAÑA Nº 05.06	PREVENCIÓN DE INCENDIOS FORESTALES
Objetivo: Concienciar a los ciudadanos sobre el peligro que suponen los incendios forestales, así como las acciones que se pueden llevar a cabo para contribuir a la prevención de los mismos.	
Coste estimado: 15.000,00 €	
Período de ejecución: Segundo cuatrimestre	
Medios: Televisión, radio, prensa y revistas y prensa digital	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: General	
Ámbito: Administración general	

EJE 5: INFRAESTRUCTURAS Y SEGURIDAD

CONSEJERÍA DE TRANSPARENCIA, PARTICIPACIÓN Y ADMINISTRACIÓN PÚBLICA

DIRECCIÓN GENERAL DE SEGURIDAD CIUDADANA Y EMERGENCIAS

CAMPAÑA Nº 05.07	MEDIDAS DE SEGURIDAD Y PREVENCIÓN ANTE INUNDACIONES
Objetivo: Consejos y medidas preventivas para la actuación en caso de inundaciones dirigidas a la población.	
Coste estimado: 15.000,00 €	
Período de ejecución: Tercer cuatrimestre	
Medios: Televisión, radio, prensa y revistas y prensa digital	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: General	
Ámbito: Administración general	

EJE 5: INFRAESTRUCTURAS Y SEGURIDAD

CONSEJERÍA DE TRANSPARENCIA, PARTICIPACIÓN Y ADMINISTRACIÓN PÚBLICA

DIRECCIÓN GENERAL DE SEGURIDAD CIUDADANA Y EMERGENCIAS

CAMPAÑA Nº 05.08	PLAN COPLA Y PLAN INFOMUR
Objetivo:	





Consejos a la población e información acerca del Plan de Vigilancia, Rescate en Playas y Salvamento en la Mar de la Región de Murcia (PLAN COPLA) así como del Plan de Protección Civil de Emergencia por Incendios Forestales en la Región de Murcia (PLAN INF)

Coste estimado: 12.000,00 €

Período de ejecución: Segundo cuatrimestre

Medios: Televisión, radio, prensa y revistas y prensa digital

Zona de influencia: Región de Murcia

Población objetivo: General

Ámbito: Administración general

EJE 6: POLÍTICAS SOCIALES

CONSEJERÍA DE FOMENTO E INFRAESTRUCTURAS

DIRECCIÓN GENERAL DE VIVIENDA

CAMPAÑA Nº 06.01

AYUDAS PARA LA PROTECCIÓN DEL HOGAR EN LAS CRISIS DEL CORONAVIRUS

Objetivo:

Dar a conocer a familias, jóvenes, personas vulnerables, personas en situación de desahucios, constructores y promotores todas las ayudas y servicios para garantizar la permanencia de las familias en sus hogares tras la crisis económica provocada por el c

Coste estimado: 18.000,00 €

Período de ejecución: Segundo cuatrimestre

Medios: Televisión, radio, prensa y revistas, prensa digital y redes sociales

Zona de influencia: Región de Murcia

Población objetivo: Inquilinos

Ámbito: Administración general

EJE 6: POLÍTICAS SOCIALES

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

DIRECCIÓN GENERAL DE FAMILIAS Y PROTECCIÓN DE MENORES

CAMPAÑA Nº 06.02

NO LE DEJES SOLO

Objetivo:

Sensibilización de la población y de los ámbitos notificadores para el desarrollo del buen trato a la infancia y la adolescencia.





Coste estimado: 15.000,00 €
Período de ejecución: Tercer cuatrimestre
Medios: No se señala ningún soporte de los propuestos ya que los mismos se seleccionarán por el plan de medios que se encarga por esta Consejería a una empresa especializada
Zona de influencia: Región de Murcia
Población objetivo: General
Ámbito: Administración general

EJE 6: POLÍTICAS SOCIALES

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

DIRECCIÓN GENERAL DE MUJER Y DIVERSIDAD DE GÉNERO

CAMPAÑA Nº 06.03	SENSIBILIZACIÓN CONTRA LA VIOLENCIA SEXUAL
Objetivo: Campaña dirigida a sensibilizar acerca del consumo de la pornografía y la prostitución, especialmente entre jóvenes, siendo estos dos de los principales contextos donde se nutre la violencia sexual.	
Coste estimado: 15.000,00 €	
Período de ejecución: Segundo y tercer cuatrimestre	
Medios: No se señala ningún soporte de los propuestos ya que los mismos se seleccionarán por el plan de medios que se encarga por esta Consejería a una empresa especializada	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: General	
Ámbito: Administración general	

EJE 6: POLÍTICAS SOCIALES

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

DIRECCIÓN GENERAL DE FAMILIAS Y PROTECCIÓN DE MENORES

CAMPAÑA Nº 06.04	QUIERO ACOGERTE
Objetivo: Se pretende la búsqueda de familias que se ofrezcan para el acogimiento permanente de menores tutelados, con características especiales derivadas de su edad, discapacidad y/o antecedentes familiares, para favorecer que se atiendan en un ambiente familiar	
Coste estimado: 15.000,00 €	





Período de ejecución: Tercer cuatrimestre
Medios: No se señala ningún soporte de los propuestos ya que los mismos se seleccionarán por el plan de medios que se encarga por esta Consejería a una empresa especializada
Zona de influencia: Región de Murcia
Población objetivo: Familias
Ámbito: Administración general

EJE 6: POLÍTICAS SOCIALES

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

DIRECCIÓN GENERAL DE MUJER Y DIVERSIDAD DE GÉNERO

CAMPAÑA Nº 06.05	DÍA INTERNACIONAL DEL ORGULLO LGTB
Objetivo: Campaña dirigida a reforzar la visibilidad del colectivo LGTB y avanzar hacia unos derechos plenos.	
Coste estimado: 15.000,00 €	
Período de ejecución: Segundo y tercer cuatrimestre	
Medios: No se señala ningún soporte de los propuestos ya que los mismos se seleccionarán por el plan de medios que se encarga por esta Consejería a una empresa especializada	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: General	
Ámbito: Administración general	

EJE 6: POLÍTICAS SOCIALES

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

DIRECCIÓN GENERAL DE MUJER Y DIVERSIDAD DE GÉNERO

CAMPAÑA Nº 06.06	PLAN CORRESPONSABLES
Objetivo: Difundir las actuaciones de este plan el cual tiene como objetivo la creación de una red de profesionales de cuidadores de menores de 14 años, que atiendan a estos mientras los progenitores trabajan.	
Coste estimado: 15.000,00 €	
Período de ejecución: Segundo y tercer cuatrimestre	
Medios: No se señala ningún soporte de los propuestos ya que los mismos se seleccionarán por el	





plan de medios que se encarga por esta Consejería a una empresa especializada

Zona de influencia: Región de Murcia

Población objetivo: General

Ámbito: Administración general

EJE 6: POLÍTICAS SOCIALES

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

DIRECCIÓN GENERAL DE MUJER Y DIVERSIDAD DE GÉNERO

CAMPAÑA Nº 06.07

VIOLENCIA DE GÉNERO

Objetivo:

Su objetivo es concienciar a la población acerca de la violencia de género, así como dar a conocer los sistemas de protección de que disponen las mujeres que la sufren.

Coste estimado: 15.000,00 €

Período de ejecución: Segundo y tercer cuatrimestre

Medios: No se señala ningún soporte de los propuestos ya que los mismos se seleccionarán por el plan de medios que se encarga por esta Consejería a una empresa especializada

Zona de influencia: Región de Murcia

Población objetivo: General

Ámbito: Administración general

EJE 6: POLÍTICAS SOCIALES

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

DIRECCIÓN GENERAL DE MUJER Y DIVERSIDAD DE GÉNERO

CAMPAÑA Nº 06.08

POR UNA SOCIEDAD INCLUSIVA Y TOLERANTE

Objetivo:

Combatir la discriminación y la desigualdad. Defender el derecho de las personas a mostrarse tal como son, independientemente de su origen nacional o étnico, ideología, identidad sexual, sexo o género, religión o capacidades intelectuales o físicas para

Coste estimado: 15.000,00 €

Período de ejecución: Tercer cuatrimestre

Medios: No se señala ningún soporte de los propuestos ya que los mismos se seleccionarán por el plan de medios que se encarga por esta Consejería a una empresa especializada

Zona de influencia: Región de Murcia





Población objetivo: General

Ámbito: Administración general

EJE 6: POLÍTICAS SOCIALES

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

DIRECCIÓN GENERAL DE SERVICIOS SOCIALES Y RELACIONES CON EL TERCER SECTOR

CAMPAÑA Nº 06.09

EL SISTEMA PÚBLICO DE SERVICIOS SOCIALES

Objetivo:

Explicar las actuaciones que se realizan desde el sistema públicos de servicios sociales, su acceso, localización y que servicios ofrecen. Que la ciudadanía conozca las diferentes prestaciones. Trasladar la red de servicios y equipamientos.

Coste estimado: 15.000,00 €

Período de ejecución: Tercer cuatrimestre

Medios: No se señala ningún soporte de los propuestos ya que los mismos se seleccionarán por el plan de medios que se encarga por esta Consejería a una empresa especializada

Zona de influencia: Región de Murcia

Población objetivo: General

Ámbito: Administración general

EJE 6: POLÍTICAS SOCIALES

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

DIRECCIÓN GENERAL DE FAMILIAS Y PROTECCIÓN DE MENORES

CAMPAÑA Nº 06.10

QUIERO CUIDARTE

Objetivo:

Se pretende la búsqueda de familias que se ofrezcan para el acogimiento urgencia diagnóstico de menores tutelados de 0 a 3 años, para favorecer que se atiendan en un ambiente familiar que favorezca su desarrollo.

Coste estimado: 15.000,00 €

Período de ejecución: Tercer cuatrimestre

Medios: No se señala ningún soporte de los propuestos ya que los mismos se seleccionarán por el plan de medios que se encarga por esta Consejería a una empresa especializada

Zona de influencia: Región de Murcia

Población objetivo: Familias

Ámbito: Administración general





EJE 6: POLÍTICAS SOCIALES

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

GERENCIA DEL INSTITUTO MURCIANO DE ACCIÓN SOCIAL

CAMPAÑA Nº 06.11

MEJORA DE LA EMPLEABILIDAD PARA PERSONAS EN SITUACIÓN DE EXCLUSIÓN SOCIAL

Objetivo:

Dar a conocer los programas de mejora de la empleabilidad para personas en situación de vulnerabilidad social, financiados por el IMAS y el FSE.

Coste estimado: 0,00 €

Período de ejecución: Segundo cuatrimestre

Medios: No se señala ningún soporte de los propuestos ya que los mismos se seleccionarán por el plan de medios que se encarga por esta Consejería a una empresa especializada

Zona de influencia: Región de Murcia

Población objetivo: Jóvenes

Ámbito: Sector público

EJE 6: POLÍTICAS SOCIALES

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

GERENCIA DEL INSTITUTO MURCIANO DE ACCIÓN SOCIAL

CAMPAÑA Nº 06.12

DIFUSIÓN DEL NUEVO CONTRATO SAD REGIONAL PARA PERSONAS MAYORES

Objetivo:

Con motivo de la firma del nuevo contrato regional del Servicio de Ayuda a Domicilio (SAD) para personas mayores, se propone difundir el servicio cubierto por dicho contrato.

Coste estimado: 0,00 €

Período de ejecución: Tercer cuatrimestre

Medios: No se señala ningún soporte de los propuestos ya que los mismos se seleccionarán por el plan de medios que se encarga por esta Consejería a una empresa especializada

Zona de influencia: Región de Murcia

Población objetivo: Tercera edad

Ámbito: Sector público

EJE 6: POLÍTICAS SOCIALES

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





GERENCIA DEL INSTITUTO MURCIANO DE ACCIÓN SOCIAL

CAMPAÑA Nº 06.13	DÍA INTERNACIONAL DE LAS PERSONAS MAYORES
Objetivo: Con motivo de la conmemoración del Día Internacional de las Personas Mayores, se propone campaña de sensibilización sobre las personas mayores, su situación y las barreras que les impiden participar y ejercer sus derechos en igualdad de condiciones que el	
Coste estimado: 0,00 €	
Período de ejecución: Tercer cuatrimestre	
Medios: No se señala ningún soporte de los propuestos ya que los mismos se seleccionarán por el plan de medios que se encarga por esta Consejería a una empresa especializada	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: General	
Ámbito: Sector público	

EJE 6: POLÍTICAS SOCIALES

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

GERENCIA DEL INSTITUTO MURCIANO DE ACCIÓN SOCIAL

CAMPAÑA Nº 06.14	DÍA INTERNACIONAL DE LAS PERSONAS CON DISCAPACIDAD
Objetivo: Con motivo de la conmemoración del Día Internacional de las Personas con Discapacidad, se propone campaña de sensibilización sobre las barreras sociales que impiden a las personas con discapacidad participar y ejercer sus derechos en igualdad de condición	
Coste estimado: 0,00 €	
Período de ejecución: Tercer cuatrimestre	
Medios: No se señala ningún soporte de los propuestos ya que los mismos se seleccionarán por el plan de medios que se encarga por esta Consejería a una empresa especializada	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: General	
Ámbito: Sector público	

EJE 6: POLÍTICAS SOCIALES

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





GERENCIA DEL INSTITUTO MURCIANO DE ACCIÓN SOCIAL

CAMPAÑA Nº 06.15	ACTUACIONES CONTRA LA SOLEDAD NO DESEADA EN LAS PERSONAS MAYORES
Objetivo: Dar a conocer las actuaciones que se llevan a cabo desde el IMAS contra la soledad no deseada en las personas mayores.	
Coste estimado: 0,00 €	
Período de ejecución: Tercer cuatrimestre	
Medios: No se señala ningún soporte de los propuestos ya que los mismos se seleccionarán por el plan de medios que se encarga por esta Consejería a una empresa especializada	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: General	
Ámbito: Sector público	

EJE 6: POLÍTICAS SOCIALES

CONSEJERIA DE PRESIDENCIA, TURISMO Y DEPORTES

DIRECCIÓN GENERAL DE JUVENTUD

CAMPAÑA Nº 06.16	PROMOCIÓN DE LA IGUALDAD Y LA DIVERSIDAD EN LOS JOVENES
Objetivo: Campaña dirigida a jóvenes con el objetivo de fomentar actitudes positivas ante la diversidad, eliminando la discriminación por razón del sexo, origen, capacidades u orientación sexual, entre otras.	
Coste estimado: 15.000,00 €	
Período de ejecución: Segundo y tercer cuatrimestre	
Medios: Televisión, radio, prensa digital, redes sociales, elementos impresos y exterior	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: Jóvenes	
Ámbito: Administración general	

EJE 6: POLÍTICAS SOCIALES

CONSEJERÍA DE TRANSPARENCIA, PARTICIPACIÓN Y ADMINISTRACIÓN PÚBLICA

DIRECCIÓN GENERAL DE GOBIERNO ABIERTO Y COOPERACIÓN

CAMPAÑA Nº 06.17	DIFUSIÓN DE ACTUACIONES DE LA COOPERACIÓN MURCIANA PARA LUCHAR CONTRA LOS EFECTOS DE LA COVID EN EL MUNDO
-------------------------	--





Objetivo:

Dar a conocer las actuaciones en materia de ayuda humanitaria y cooperación al desarrollo financiadas por la Administración Regional, a través de Organizaciones No Gubernamentales para el Desarrollo (ONGD) y que tienen por finalidad contribuir a la lucha

Coste estimado: 15.000,00 €

Período de ejecución: Segundo cuatrimestre

Medios: Radio, prensa y revistas y redes sociales

Zona de influencia: Región de Murcia

Población objetivo: General

Ámbito: Administración general

EJE 7: AGUA Y AGRICULTURA

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

SECRETARÍA GENERAL DE LA CONSEJERÍA DE AGUA, AGRICULTURA, GANADERÍA, PESCA Y MEDIO AMBIENTE

CAMPAÑA Nº 07.01

PROMOCIÓN DEL PIMIENTO DE LA REGIÓN DE MURCIA

Objetivo:

Campaña dirigida a inventivar el consumo de pimiento de la Región de Murcia.

Coste estimado: 18.000,00 €

Período de ejecución: Primer cuatrimestre

Medios: Televisión, radio, redes sociales y elementos impresos

Zona de influencia: Región de Murcia

Población objetivo: General

Ámbito: Administración general

EJE 7: AGUA Y AGRICULTURA

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

SECRETARÍA GENERAL DE LA CONSEJERÍA DE AGUA, AGRICULTURA, GANADERÍA, PESCA Y MEDIO AMBIENTE

CAMPAÑA Nº 07.02

PROMOCIÓN DEL CONEJO DE LA REGIÓN DE MURCIA

Objetivo:

Campaña en medios de comunicación en colaboración con la Interprofesional del Conejo (INTERCUN)





utilizando los materiales audiovisuales de que dispone la propia Interprofesional.
Coste estimado: 18.000,00 €
Período de ejecución: Primer cuatrimestre
Medios: Televisión, radio y redes sociales
Zona de influencia: Región de Murcia
Población objetivo: General
Ámbito: Administración general

EJE 7: AGUA Y AGRICULTURA

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

SECRETARÍA GENERAL DE LA CONSEJERÍA DE AGUA, AGRICULTURA, GANADERÍA, PESCA Y MEDIO AMBIENTE

CAMPAÑA Nº 07.03	PROMOCIÓN DE LA FRUTA DE HUESO DE LA REGIÓN DE MURCIA
Objetivo: Campaña dirigida a difundir las cualidades de la fruta de hueso de la Región de Murcia especialmente entre responsables de compras de diversos mercados.	
Coste estimado: 18.000,00 €	
Período de ejecución: Primer cuatrimestre	
Medios: Redes sociales y elementos impresos	
Zona de influencia: Europa	
Población objetivo: General	
Ámbito: Administración general	

EJE 7: AGUA Y AGRICULTURA

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

DIRECCIÓN GENERAL DE INDUSTRIA ALIMENTARIA Y COOPERATIVISMO AGRARIO

CAMPAÑA Nº 07.04	PROGRAMA ESCOLAR CONSUMO DE FRUTAS Y HORTALIZAS DE LA REGIÓN DE MURCIA
Objetivo: Como complemento al Programa de Distribución de frutas y hortalizas en los centros escolares de la Región de Murcia, la campaña de comunicación refuerza el consumo con mensajes dirigidos a cada	





uno de los públicos que participan.
Coste estimado: 15.000,00 €
Período de ejecución: Segundo cuatrimestre
Medios: Televisión, radio, redes sociales y elementos impresos
Zona de influencia: Región de Murcia
Población objetivo: Docentes,Familias,Niños
Ámbito: Administración general

EJE 8: MEDIO AMBIENTE

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

DIRECCIÓN GENERAL DEL MEDIO NATURAL

CAMPAÑA Nº 08.01	Y YO QUÉ HAGO
Objetivo: Fomentar la participación de la ciudadanía en acciones concretas que ayuden a proteger espacios naturales de la Región de Murcia, y muy especialmente el Mar Menor, al tiempo que se conocen las características y peculiaridades de especies y entornos que en	
Coste estimado: 15.000,00 €	
Período de ejecución: Primer y segundo cuatrimestre	
Medios: Redes sociales y elementos impresos	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: General	
Ámbito: Administración general	

EJE 8: MEDIO AMBIENTE

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

DIRECCIÓN GENERAL DE MEDIO AMBIENTE

CAMPAÑA Nº 08.02	BUENAS PRÁCTICAS EMPRESARIALES
Objetivo: Se pretende dar difusión a la guías elaboradas relativas a buenas prácticas empresariales en el marco del denominado consumo sostenible, buenas prácticas ambientales para talleres de automóviles y buenas prácticas para gestores de vehículos. Se persigue	
Coste estimado: 15.000,00 €	
Período de ejecución: Tercer cuatrimestre	

30.07/2021.12.11.17
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-88bd6b4f-111e-50ec-2094-0055569b34e7

ORTUÑO-SOTO, MARCOS





Medios: Redes sociales y otros
Zona de influencia: Región de Murcia
Población objetivo: Empresarios
Ámbito: Administración general

EJE 8: MEDIO AMBIENTE

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

DIRECCIÓN GENERAL DE MEDIO AMBIENTE

CAMPAÑA Nº 08.03	CONSUMO RESPONSABLE EN EL HOGAR
Objetivo: Se pretende dar difusión a la guía elaborada relativa a buenas prácticas domésticas en el marco del denominado consumo sostenible. Se persigue la sensibilización del consumidor para la reducción y prevención de la producción de residuos.	
Coste estimado: 14.000,00 €	
Período de ejecución: Tercer cuatrimestre	
Medios: Redes sociales	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: Asociaciones de consumo, Asociaciones vecinales, General	
Ámbito: Administración general	

EJE 8: MEDIO AMBIENTE

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

DIRECCIÓN GENERAL DE MEDIO AMBIENTE

CAMPAÑA Nº 08.04	CONSUMO SOSTENIBLE EN EL SECTOR EMPRESARIAL
Objetivo: Se pretende dar difusión a la guía elaborada relativa a buenas prácticas empresariales en el marco del denominado consumo sostenible. Se persigue la sensibilización del sector empresarial para la reducción y prevención de la producción de residuos, median	
Coste estimado: 12.000,00 €	
Período de ejecución: Tercer cuatrimestre	
Medios: Redes sociales y otros	





Zona de influencia: Región de Murcia
Población objetivo: Asociaciones empresariales
Ámbito: Administración general

EJE 8: MEDIO AMBIENTE

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

DIRECCIÓN GENERAL DE MEDIO AMBIENTE

CAMPAÑA Nº 08.05	GESTIÓN DE RESIDUOS
Objetivo: Se pretende dar difusión a las guías elaboradas relativas a buenas prácticas de separación de residuos y de biorresiduos, así como a la promoción de la contratación ecológica (de criterios medioambientales) en los pliegos de contratos que celebre la Admi	
Coste estimado: 12.000,00 €	
Período de ejecución: Tercer cuatrimestre	
Medios: Redes sociales y otros	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: Personal de las Administraciones Públicas	
Ámbito: Administración general	

EJE 9: PARTICIPACIÓN CIUDADANA Y FECHAS CONMEMORATIVAS

CONSEJERÍA DE TRANSPARENCIA, PARTICIPACIÓN Y ADMINISTRACIÓN PÚBLICA

DIRECCIÓN GENERAL DE GOBIERNO ABIERTO Y COOPERACIÓN

CAMPAÑA Nº 09.01	DIFUSIÓN Y PROMOCIÓN DE LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE (ODS)
Objetivo: Campaña cuyo fin es dar a conocer a la ciudadanía los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) en la Región de Murcia.	
Coste estimado: 15.000,00 €	
Período de ejecución: Segundo cuatrimestre	
Medios: Radio, prensa digital y redes sociales	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: General	





Ámbito: Administración general

EJE 9: PARTICIPACIÓN CIUDADANA Y FECHAS CONMEMORATIVAS

CONSEJERÍA DE TRANSPARENCIA, PARTICIPACIÓN Y ADMINISTRACIÓN PÚBLICA

DIRECCIÓN GENERAL DE GOBIERNO ABIERTO Y COOPERACIÓN

CAMPAÑA Nº 09.02

FOMENTO DE LA PARTICIPACIÓN JUVENIL EN LOS ASUNTOS PÚBLICOS

Objetivo:

Fomentar la participación de los más jóvenes en la toma de decisiones públicas, dando a conocer los procesos e instrumentos de participación ciudadana que existen en el diseño y evaluación de las políticas sectoriales que les afecta.

Coste estimado: 15.000,00 €

Período de ejecución: Tercer cuatrimestre

Medios: Radio, redes sociales y exterior

Zona de influencia: Región de Murcia

Población objetivo: Jóvenes

Ámbito: Administración general

EJE 9: PARTICIPACIÓN CIUDADANA Y FECHAS CONMEMORATIVAS

CONSEJERÍA DE TRANSPARENCIA, PARTICIPACIÓN Y ADMINISTRACIÓN PÚBLICA

DIRECCIÓN GENERAL DE GOBIERNO ABIERTO Y COOPERACIÓN

CAMPAÑA Nº 09.03

DIFUSIÓN Y PROMOCIÓN DE LA TRANSPARENCIA

Objetivo:

Campaña que tiene como finalidad dar a conocer los mecanismos e instrumentos que tiene la ciudadanía para acceder a la información pública y en especial, acercar el portal de transparencia a la ciudadanía.

Coste estimado: 15.000,00 €

Período de ejecución: Tercer cuatrimestre

Medios: Televisión, radio y redes sociales

Zona de influencia: Región de Murcia

Población objetivo: General





Ámbito: Administración general

EJE 9: PARTICIPACIÓN CIUDADANA Y FECHAS CONMEMORATIVAS

CONSEJERIA DE PRESIDENCIA, TURISMO Y DEPORTES

DIRECCIÓN GENERAL DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL

CAMPAÑA Nº 09.04

DÍA DE LA REGIÓN

Objetivo:

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

Coste estimado: 18.000,00 €

Período de ejecución: Segundo cuatrimestre

Medios: Televisión, radio, prensa y revistas y prensa digital

Zona de influencia: Región de Murcia

Población objetivo: General

Ámbito: Administración general

EJE 10: CULTURA Y TURISMO

CONSEJERÍA DE EDUCACIÓN Y CULTURA

DIRECCIÓN GENERAL DE BIENES CULTURALES

CAMPAÑA Nº 10.01

FOMENTO DE LA LECTURA

Objetivo:

Fomentar la práctica de la lectura por parte de los ciudadanos de la Región de Murcia, con especial incidencia en los jóvenes, así como difundir la actividad que lleva a cabo la Red Regional de Bibliotecas Públicas.

Coste estimado: 18.000,00 €

Período de ejecución: Primer cuatrimestre

Medios: Televisión, radio y prensa y revistas

Zona de influencia: Región de Murcia

Población objetivo: General

Ámbito: Administración general





EJE 10: CULTURA Y TURISMO

CONSEJERÍA DE EDUCACIÓN Y CULTURA

DIRECCIÓN GENERAL DE BIENES CULTURALES

CAMPAÑA Nº 10.02	RECUPERANDO NUESTRO LEGADO
Objetivo: Mostrar las principales actuaciones que se han realizado de recuperación del patrimonio artístico e histórico en la Región.	
Coste estimado: 15.000,00 €	
Período de ejecución: Tercer cuatrimestre	
Medios: Televisión y prensa digital	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: General	
Ámbito: Administración general	

EJE 10: CULTURA Y TURISMO

CONSEJERÍA DE EDUCACIÓN Y CULTURA

DIRECCIÓN GENERAL DE BIENES CULTURALES

CAMPAÑA Nº 10.03	REGIÓN DE MURCIA: PATRIMONIO DE LA HUMANIDAD
Objetivo: Dar a conocer los patrimonios de la humanidad que la UNESCO ha reconocido en la Región de Murcia: Dieta Mediterránea, Flamenco, Pinturas Rupestres, Consejo de Hombres Buenos, Tamboradas de Moratalla y Mula y Caballos del Vino.	
Coste estimado: 15.000,00 €	
Período de ejecución: Primer cuatrimestre	
Medios: Televisión, radio y redes sociales	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: General	
Ámbito: Administración general	

EJE 10: CULTURA Y TURISMO

CONSEJERÍA DE PRESIDENCIA, TURISMO Y DEPORTES





DIRECCIÓN GENERAL DE JUVENTUD

CAMPAÑA Nº 10.04	PROMOCIÓN II FESTIVAL ESTREN-ARTE
Objetivo: Campaña de promoción de Jóvenes Creadores ESTREN-ARTE.	
Coste estimado: 15.000,00 €	
Período de ejecución: Segundo y tercer cuatrimestre	
Medios: Televisión, radio, prensa y revistas, prensa digital, redes sociales, elementos impresos y exterior	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: Jóvenes	
Ámbito: Administración general	

EJE 10: CULTURA Y TURISMO

CONSEJERIA DE PRESIDENCIA, TURISMO Y DEPORTES

DIRECCIÓN GENERAL DE DEPORTES

CAMPAÑA Nº 10.05	REGIÓN DE MURCIA, CAPITAL MUNDIAL DE LOS DEPORTES AGUA 2023
Objetivo: Campaña para la difusión de Región de Murcia, Capitalidad Mundial del Deportes de Agua 2023.	
Coste estimado: 15.000,00 €	
Período de ejecución: Primer cuatrimestre	
Medios: Televisión, radio, prensa, digital y redes sociales	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: General	
Ámbito: Administración general	

EJE 10: CULTURA Y TURISMO

CONSEJERIA DE PRESIDENCIA, TURISMO Y DEPORTES

INSTITUTO DE TURISMO DE LA REGIÓN DE MURCIA (ITREM)

CAMPAÑA Nº 10.06	PROMOCIÓN TURÍSTICA 2021
-------------------------	---------------------------------

30.07/2021.12.11.17
ORTUNO SOTO, MARCOS
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-88b6b64f-11e-50ec-2094-005559534e7





Objetivo:

Campañas de promoción de los atractivos turísticos de la Región de Murcia a nivel internacional, nacional y regional.

Coste estimado: 2.338.000,00 €

Período de ejecución: Anual

Medios: Televisión, radio, prensa y revistas, prensa digital, redes sociales, copra programática, cine, elementos impresos y exterior

Zona de influencia: Europa

Población objetivo: General

Ámbito: Sector público

30/07/2021 12:11:17

ORTUNO.SOTO.MARCO

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-88b6b64f-f11e-50ec-2094-0055565934e7





21INF00098MRM ■

ASUNTO: INFORME JURÍDICO – PLAN DE COMUNICACIÓN Y PUBLICIDAD INSTITUCIONAL 2021.

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 43/2021, de 9 de abril, por el que se establecen los órganos Directivos de la Consejería de Presidencia, Turismo y Deportes, por este Servicio Jurídico se emite el siguiente informe jurídico en relación al Plan anual de comunicación y publicidad institucional 20201 aprobado por el Consejo de Publicidad y Comunicación Institucional, en su sesión de 27 de julio.

ANTECEDENTES

PRIMERO.- Se ha remitido a esta Vicesecretaría expediente relativo al “Plan anual de comunicación y publicidad institucional 2021” 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 2021.



TERCERO.- Obra en el expediente certificación del Consejo de Publicidad y Comunicación Institucional de 29 de julio de 2021, en el que se indica que se propone para su elevación y aprobación por Consejo de Gobierno el Plan de Publicidad y Comunicación Institucional 2021 aprobado por dicho Consejo en su sesión de 27 de julio de 2021.

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 2021, 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 mencionada 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 2021 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 2021 (PCPI 2021).

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 2021.

Aunque la ley sólo obliga a incluir en los planes anuales de comunicación y publicidad institucional las campañas de publicidad institucional de la Administración Pública de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia¹, el Plan, en atención al ámbito de aplicación de la ley que se extiende a todo el sector público, incorpora también las campañas del resto del sector público que no tengan carácter industrial, comercial o mercantil.

El PCPI 2021 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.

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



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.

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 2021 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, la libertad, 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 2021, ha de ser aprobado por Consejo de Gobierno y remitido posteriormente a la Comisión de Asuntos Generales e Institucionales y de la Unión Europea de la Asamblea Regional para su conocimiento.

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

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

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



QUINTA.- Competencia.

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

El Decreto del Presidente número 34/2021, de 3 de abril, de Reorganización de la Administración Regional, modificado por Decreto de la Presidencia nº 47/2021, de 9 de abril, 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, Turismo y Deportes 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 nº 43/2021, de 9 de abril, por el que se establecen los Órganos Directivos de la Consejería de Presidencia, Turismo y Deportes “*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, Turismo y Deportes elevar la propuesta de aprobación del Plan al Consejo de Gobierno.

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

En consecuencia, de acuerdo con lo expuesto, procede informar favorablemente el Plan anual de comunicación y publicidad Institucional 2021.

Documento fechado y firmado electrónicamente al margen

Vº Bº

EL VICESECRETARIO

ASESORA JURÍDICA



JUAN ANTONIO LORCA SÁNCHEZ, ACTUANDO COMO SECRETARIO DEL CONSEJO DE PUBLICIDAD Y COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL DE LA COMUNIDAD AUTÓNOMA DE LA REGIÓN DE MURCIA,

CERTIFICA: Que el día 27 de julio de 2021 se reunió el Consejo de Publicidad y Comunicación de la Región de Murcia, con el objeto, entre otros, de proceder al estudio del “Plan de Publicidad y Comunicación Institucional” para el año 2021, 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.

Y, para que conste y a los efectos oportunos, firmo la presente *(fechado y firmado digitalmente al margen)*.

29/07/2021 10:53:22

LORCA SANCHEZ, JUAN ANTONIO

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-804e4d90-044e-334b-996c-0050569b34e7





PLAN ANUAL DE COMUNICACIÓN Y PUBLICIDAD INSTITUCIONAL



Edita:

Consejería de Presidencia, Turismo y Deportes

Palacio de San Esteban

Acisclo Díaz, s/n, 30071 (Murcia)

Fecha de edición: Julio de 2021



ÍNDICE

PRESENTACIÓN	4
I. INTRODUCCIÓN	5
II. EL RÉGIMEN JURÍDICO	6
III. CONTENIDO DEL PLAN	8
IV. EJES DEL PLAN	10
V. OBJETIVOS DE INTERÉS PÚBLICO DE LAS CAMPAÑAS	12
VI. HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN Y MEDIDAS DE ACCESIBILIDAD	19
VII. ÁMBITO DE DIFUSIÓN Y PÚBLICO OBJETIVO DE LAS CAMPAÑAS	19
VIII. OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE	21
IX. PRESUPUESTO	27
X. EVALUACIÓN	31
XI. CONCLUSIONES	31
ANEXO	33



PRESENTACIÓN

La sociedad en general y por supuesto la Administración Regional, está en estos momentos profundamente influenciada en su quehacer diario por la situación de emergencia pandémica en la que nos encontramos. El Plan de Comunicación y Publicidad Institucional, documento que contiene las líneas maestras de las acciones que en materia de comunicación publicitaria tiene previsto realizar la Comunidad Autónoma y que se confecciona en cumplimiento de lo emanado por la ley autonómica que regula estas acciones institucionales desde finales del año 2018, no podía ser menos.

Este Plan anual de Comunicación y Publicidad Institucional de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia para el presente año 2021, incluye tanto las campañas previstas desde las diferentes Consejerías que conforman la Administración Pública de nuestra región como las propuestas por los diferentes entes y organismos que dependen de ellas.

Un documento que, como se indicaba al inicio, está clara y profundamente influenciado por la situación actual y que ha condicionado su redacción hasta el punto de dirigir la acción publicitaria con dos objetivos principales perfectamente definidos: en primer lugar la difusión de todas y cada una de las medidas establecidas por las autoridades sanitarias para luchar contra la expansión de la enfermedad COVID-19 provocada por el virus *SARS-CoV-2*; y por otro lado, emprender y desarrollar distintas campañas de publicidad con las que potenciar las posibilidades empresariales con las que cuenta la Región de Murcia para que de esa forma se ayude a acelerar la reactivación de la economía regional.

Igualmente se puede asegurar que, con este Plan de Comunicación y Publicidad Institucional, tanto la acción comunicativa como la planificación publicitaria siguen fielmente lo establecido por la legislación autonómica. Todas las campañas previstas responden a razones de interés público y se ajustan a las exigencias derivadas de los principios básicos de lealtad institucional, compromiso, veracidad, transparencia, eficacia y austeridad en el gasto.

Con esta acción el Gobierno Regional materializa la intención manifestada en tantas ocasiones de hacer de la transparencia, la cercanía y la eficacia una bandera que defina la labor pública desarrollada por la Administración Regional y con la que todos los habitantes de la Región de Murcia puedan sentirse identificados.

Marcos Ortuño Soto

Consejero de Presidencia, Turismo y Deportes



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 2021. Se sigue por tanto la línea ya emprendida por el gobierno regional en años anteriores en los que se elaboraron sus correspondientes Planes de Comunicación y Publicidad Institucional.

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

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



y de su control "ex post", reflejado en el Informe de evaluación anual, en el Portal de la Transparencia de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia.

El Plan ha sido 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, e 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 2021.

Además, y aunque la ley solo exige la inclusión de las campañas a llevar a cabo por los entes y organismos integrados en dicha Administración Pública, en atención al ámbito de aplicación de dicha ley que se extiende, entre otras, a todas las entidades integrantes del sector público de la CARM, se considera de interés incorporar en el Plan también aquellas campañas de publicidad institucional que el resto de dicho sector público realice, exceptuando aquellas que tengan un 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

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.



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

Sin ánimo exhaustivo, a título de ejemplo y en relación con los principios generales que deben observarse, la ley prevé que las campañas institucionales de publicidad y comunicación se desarrollen exclusivamente cuando concurren razones de interés público y en el ejercicio de competencias que le sean 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 más adelante.

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

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, entre otros, destaquen los logros de gestión; 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.



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 contratante.

Si bien a lo largo de 2021 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.

Por último, 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 2022.

III. CONTENIDO DEL PLAN

La previsión para este año 2021 es la realización de **un total de 79 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

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.



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.

El coste estimado en el caso de las campañas de la Administración General se toma en su conjunto, si bien, aquellas a cargo del resto del sector público incluyen, en cada una de sus fichas, el presupuesto previsto para cada acción.

No obstante, tanto el Instituto de Turismo de la Región de Murcia (ITREM) como el Instituto de Fomento (INFO), dado que realizan a lo largo del año múltiples campañas, a efectos de este Plan se contabiliza una campaña por ente, sin desagregar y con un coste único total.

Es importante anotar que el Plan sólo incluye las campañas de publicidad institucional que se tenga previsto realizar a lo largo del año 2021, 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 ninguna actividad de este tipo, si bien, dado que los patrocinios también forman parte de la publicidad institucional, los que se realicen a lo largo del año serán incluidos en los distintos informes que se remitan a la Asamblea Regional así como publicados en el Portal de Transparencia, todo ello en cumplimiento de la Ley de Comunicación y Publicidad Institucional regional.

El número total de campañas previstas para 2021 es de 79, todas ellas a propuesta de las consejerías y entes del sector público y recogidas en el Anexo I con una ficha por campaña que incluye los principales datos de interés.

El coste de las campañas en el caso de la Administración General viene con una estimación total para todas ellas. El resto del sector público realiza una estimación por acción, excepto en el caso el ITREM y el INFO que contabilizan una campaña sin desagregar y con un coste único.

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



IV. EJES DEL PLAN

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

Los ejes por materias en este plan para 2021 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

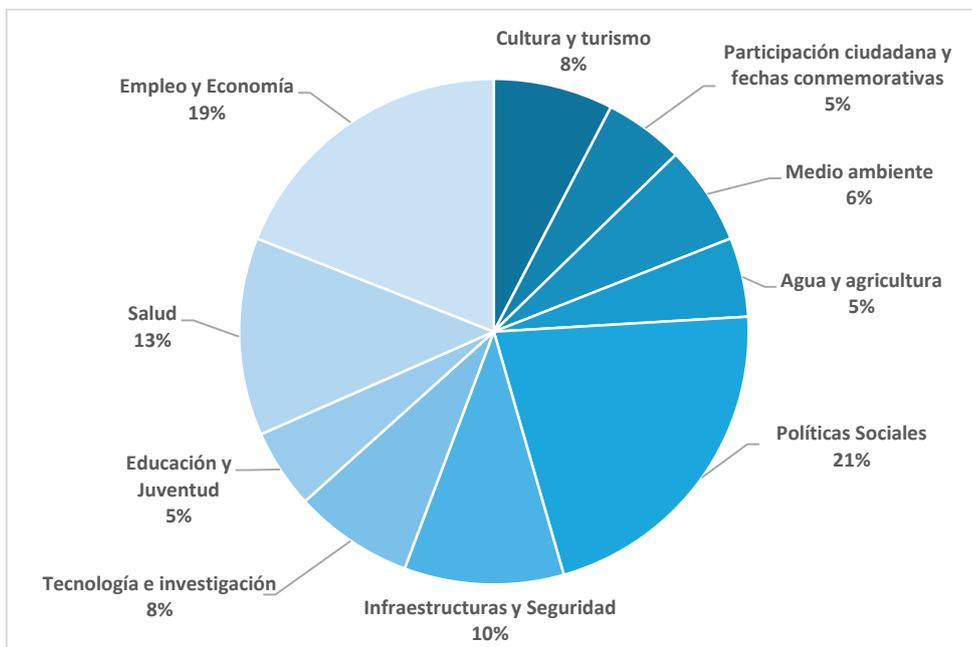
En cuanto a la distribución de las campañas por ejes, tal y como se puede ver en el gráfico a continuación, los que cuentan con un mayor número de ellas son el **Eje 6. Políticas Sociales** con 17 campañas y el **Eje 1. Empleo y Economía** con 15. Le siguen el, el **Eje 2. Salud** con 10 y el **Eje 5. Infraestructuras y Seguridad** con 8 campañas. El resto de ejes oscilan entre 4 y 6 campañas cada uno.

Gráfico 1. Número de campañas por Ejes





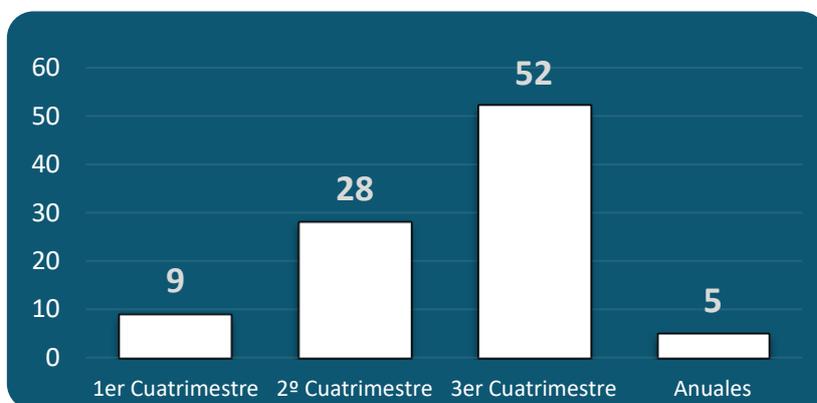
Gráfico 2. Porcentaje de número de campañas por Ejes



En lo referente al periodo de ejecución de las campañas, 5 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 74 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





V. 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 como principal:

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

- FORO DE TECNOLOGÍA EMOCIONAL
- STEAM INTEGRA DIGITAL
- VIOLENCIA DE GÉNERO

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:

- HÁZLO FÁCIL
- PERIODO VOLUNTARIO DE PAGO DE LOS PRINCIPALES TRIBUTOS PERIÓDICOS Y FOMENTO DE LA DOMICILIACIÓN ATRM
- CENTROS DEPORTIVOS SALUDABLES
- PORTAL DEL PACIENTE
- PROMOCIÓN DEL PREAR
- BACHILLERATOS A LA CARTA
- PAECARM
- CURSOS DE FORMACIÓN ON LINE
- MEJORA DE LA EMPLEABILIDAD PARA PERSONAS EN SITUACIÓN DE EXCLUSIÓN SOCIAL
- BUENAS PRÁCTICAS EMPRESARIALES
- CONSUMO RESPONSABLE EN EL HOGAR
- CONSUMO SOSTENIBLE EN EL SECTOR EMPRESARIAL
- GESTIÓN DE RESIDUOS
- FOMENTO DE LA PARTICIPACIÓN JUVENIL EN LOS ASUNTOS PÚBLICOS



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:

- PROMOCIÓN DE LA IGUALDAD Y LA DIVERSIDAD EN LOS JOVENES
- Y YO QUÉ HAGO
- FOMENTO DE LA LECTURA
- PROMOCIÓN II FESTIVAL ESTREN-ARTE

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

- LUCHA CONTRA LA BRECHA SALARIAL
- PROMOCIÓN DE ACTUACIONES CONTRA LA PRECARIEDAD LABORAL
- AYUDAS AUTÓNOMOS
- WEB AUTÓNOMOS
- WEB ECONOMÍA SOCIAL
- ESTRATEGIA POR EL EMPLEO DE CALIDAD 2021-2024
- AYUDAS PARA LA REACTIVACIÓN DEL EMPLEO
- CONVOCATORIAS, PROYECTOS Y SERVICIOS DEL INSTITUTO DE FOMENTO (INFO)
- MUJER RURAL
- DIFUSIÓN DE LA FINANCIACIÓN EUROPEA DE LOS PROGRAMAS OPERATIVOS FEDER Y FSE EN LA REGIÓN DE MURCIA
- FORMACIÓN PROFESIONAL, FORMACIÓN DE FUTURO
- ATENDIENDO A LA DIVERSIDAD
- REPLAY
- TU SEDE ELECTRÓNICA MÁS FÁCIL
- NUEVO MAPA DE MOVILIDAD COTIDIANA
- MODELO DE CONSTRUCCIÓN Y ARQUITECTURA SOSTENIBLE
- AYUDAS PARA LA PROTECCIÓN DEL HOGAR EN LAS CRISIS DEL CORONAVIRUS
- SENSIBILIZACIÓN CONTRA LA VIOLENCIA SEXUAL
- DÍA INTERNACIONAL DEL ORGULLO LGTB
- PLAN CORRESPONSABLES
- EL SISTEMA PÚBLICO DE SERVICIOS SOCIALES



- DIFUSIÓN DEL NUEVO CONTRATO SAD REGIONAL PARA PERSONAS MAYORES
- DÍA INTERNACIONAL DE LAS PERSONAS MAYORES
- ACTUACIONES CONTRA LA SOLEDAD NO DESEADA EN LAS PERSONAS MAYORES
- PROGRAMA ESCOLAR CONSUMO DE FRUTAS Y HORTALIZAS DE LA REGIÓN DE MURCIA
- DIFUSIÓN Y PROMOCIÓN DE LA TRANSPARENCIA

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:

- CONCIENCIACIÓN COVID-19
- VACUNACIÓN CONTRA LA GRIPE
- PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES
- CONTRA EL TABACO
- ERRADICACIÓN DEL MOSQUITO TIGRE
- LOS RIESGOS PSICOSOCIALES TAMBIÉN SON RIESGOS LABORALES
- MEDIDAS DE SEGURIDAD Y PREVENCIÓN ANTE TERREMOTOS
- PREVENCIÓN DE ACCIDENTES EN EL HOGAR DURANTE EL INVIERNO
- PREVENCIÓN DE INCENDIOS FORESTALES
- MEDIDAS DE SEGURIDAD Y PREVENCIÓN ANTE INUNDACIONES
- PLAN COPLA Y PLAN INFOMUR
- PREVENCIÓN Y CONCIENCIACIÓN DEL CONTAGIO COVID-19 ENTRE LA JUVENTUD DE LA REGIÓN DE MURCIA

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

- PREMIOS RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA
- SUMA Y SIGUE
- CAPTACIÓN DE VOLUNTARIOS DE PROTECCIÓN CIVIL
- NO LE DEJES SOLO
- QUIERO ACOGERTE
- POR UNA SOCIEDAD INCLUSIVA Y TOLERANTE
- QUIERO CUIDARTE



- DÍA INTERNACIONAL DE LAS PERSONAS CON DISCAPACIDAD
- DIFUSIÓN DE ACTUACIONES DE LA COOPERACIÓN MURCIANA PARA LUCHAR CONTRA LOS EFECTOS DE LA COVID EN EL MUNDO
- DIFUSIÓN Y PROMOCIÓN DE LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE (ODS)

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

- ARTESANÍA KILÓMETRO CERO
- DÍA DE LA REGIÓN
- REGIÓN DE MURCIA: PATRIMONIO DE LA HUMANIDAD

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

- LUCHA CONTRA LA DESPOBLACIÓN Y MEJORA DE LA CALIDAD DE VIDA EN EL MEDIO RURAL
- RECUPERANDO NUESTRO LEGADO

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:

- PROMOCIÓN DEL PIMIENTO DE LA REGIÓN DE MURCIA
- PROMOCIÓN DEL CONEJO DE LA REGIÓN DE MURCIA
- PROMOCIÓN DE LA FRUTA DE HUESO DE LA REGIÓN DE MURCIA
- REGIÓN DE MURCIA, CAPITAL MUNDIAL DE LOS DEPORTES AGUA 2023
- PROMOCIÓN TURÍSTICA 2021

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 2021 son:

- En **primer lugar** el objetivo *d) Difundir información sobre los derechos y deberes de la ciudadanía y los servicios, actividades y programas de los que se puede beneficiar* con **26 campañas**.



- En **segundo lugar** estaría el objetivo de *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 con 14 campañas.*
- En **tercer lugar**, con **12 campañas**, el objetivo *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.*

Gráfico 4. Número de campañas por objetivos



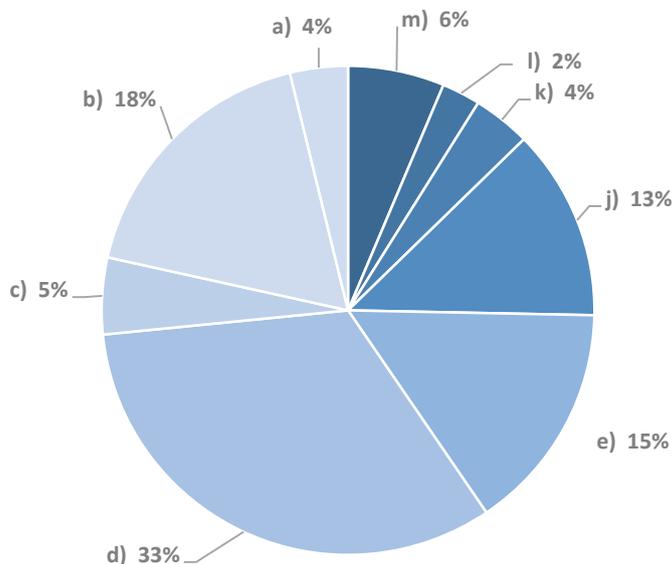


Tabla 1. Números y porcentajes de campañas por objetivos de interés público.

	Objetivo	Campañas	%
a)	Promover valores y conductas que consoliden la democracia, la libertad, la convivencia, la igualdad y la solidaridad.	3	4 %
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.	14	18 %
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	5 %
d)	Difundir información sobre los derechos y deberes de la ciudadanía y los servicios, actividades y programas de los que se puede beneficiar.	26	33 %
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.	12	15 %
f)	Anunciar medidas en caso de emergencia o catástrofe...	-	-
g)	Difundir los procesos electorales	-	-
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.	10	13 %
k)	Contribuir a la difusión y mejora de la Región de Murcia y de su patrimonio histórico y cultural.	3	4 %
l)	La promoción de los propios valores, imagen o señas de identidad del territorio o la población de la administración anunciante.	2	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.	5	6 %



Gráfico 5. Objetivos legales representados porcentualmente

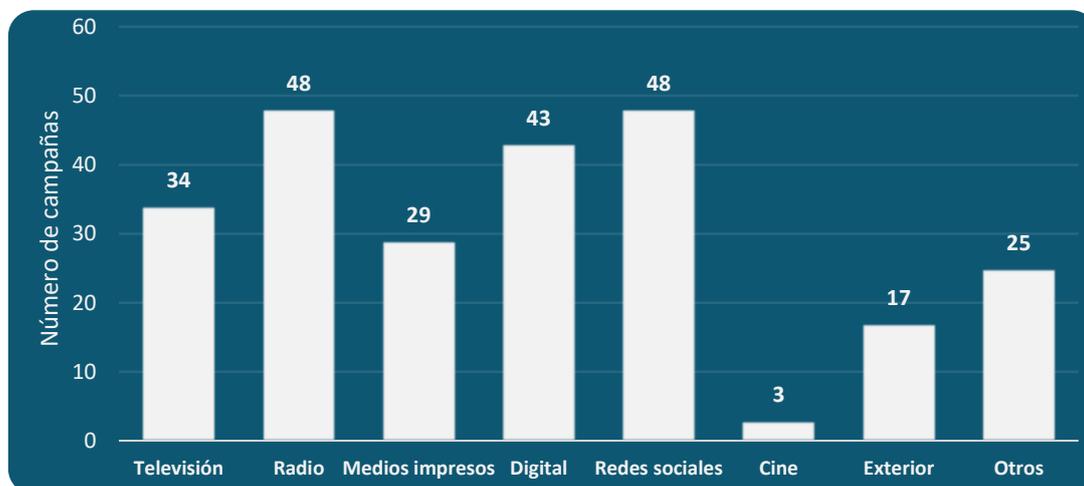


- a)** Promover valores y conductas que consoliden la democracia, la libertad, la convivencia, la igualdad y la solidaridad.
- b)** Informar a la ciudadanía de sus derechos y sus obligaciones y de los servicios, las actividades y los programas de los que pueda hacer uso.
- c)** Fomentar actitudes y comportamientos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

VI. HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN Y MEDIDAS DE ACCESIBILIDAD

De las 79 campañas a realizar, y siendo los medios más utilizados, en 48 de ellas se propone el uso de radio y redes sociales. Le siguen muy de cerca los medios digitales (43 campañas) y la televisión (34). A continuación encontramos medios impresos en 29 de ellas. Minoritariamente se utilizarán otros tales como el cine, soportes de exterior u otros.

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 tales como la subtitulación.

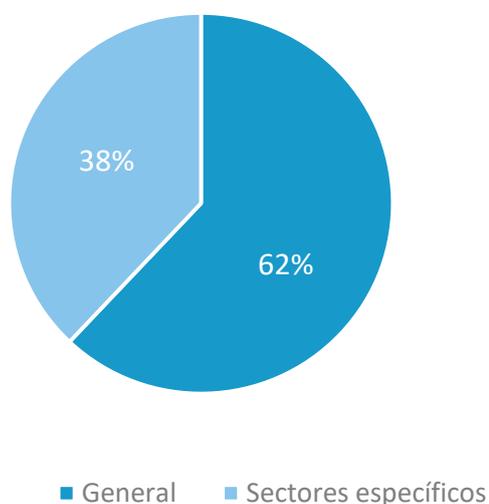
VII. ÁMBITO DE DIFUSIÓN Y PÚBLICO OBJETIVO DE LAS CAMPAÑAS

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 las que desarrolla el Instituto de Turismo de la Región de Murcia (ITREM) que se enfocan, atendiendo a la finalidad que busca dicho ente de promocionar turísticamente la región, a un mercado más amplio, centrándose tanto en el ámbito regional, como el resto del territorio nacional, europeo e internacional. También la campaña de "Región de Murcia, Capital de los Deportes de Agua", extiende su ámbito más allá de las fronteras regionales.



En cuanto al público objetivo de las campañas, el 62% de ellas se dirigen a toda la población en general, pero hay también campañas orientadas a sectores específicos, tales como: jóvenes, desempleados, emprendedores, empresarios, familias, docentes, etc...

Gráfico 7. Público objetivo



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

- Los **Jóvenes** tienen una capital importancia en las campañas de 2021 ya que a ellos se dirigen gran número de ellas. En concreto serían: MEJORA DE LA EMPLEABILIDAD PARA PERSONAS EN SITUACIÓN DE EXCLUSIÓN SOCIAL, FOMENTO DE LA PARTICIPACIÓN JUVENIL EN LOS ASUNTOS PÚBLICOS, PROMOCIÓN II FESTIVAL ESTREN-ARTE, PROMOCIÓN DE LA IGUALDAD Y LA DIVERSIDAD EN LOS JOVENES, FORMACIÓN PROFESIONAL, FORMACIÓN DE FUTURO, PREVENCIÓN Y CONCIENCIACIÓN DEL CONTAGIO COVID-19 ENTRE LA JUVENTUD DE LA REGIÓN DE MURCIA y SUMA Y SIGUE
- Al **mundo empresarial** se dirigen las campañas de CONSUMO SOSTENIBLE EN EL SECTOR EMPRESARIAL, CONVOCATORIAS, PROYECTOS Y SERVICIOS DEL INSTITUTO DE FOMENTO (INFO) así como la de BUENAS PRÁCTICAS EMPRESARIALES.
- También tienen como público objetivo los **Empresarios** pero ampliándolo a los **Trabajadores** las campañas PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES, PROMOCIÓN DEL PREAR, LUCHA CONTRA LA BRECHA SALARIAL, PROMOCIÓN DE ACTUACIONES CONTRA



LA PRECARIEDAD LABORAL y la denominada LOS RIESGOS PSICOSOCIALES TAMBIÉN SON RIESGOS LABORALES.

- La campaña CONSUMO RESPONSABLE que está enfocada a público en general, pero con especial hincapié a **Asociaciones de Consumidores y Asociaciones Vecinales**.
- La campaña de GESTIÓN DE RESIDUOS al **Personal de la Administración Pública**.
- Las denominadas AYUDAS AUTÓNOMOS y WEB AUTÓNOMOS, como su nombre indica, van dirigidas al colectivo de **Trabajadores Autónomos**. También la de PREMIOS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA, pero que se amplía también al de **Empresarios**.
- La dirigida a promocionar la WEB ECONOMÍA SOCIAL, se dirige a las **Asociaciones de Economía Social** mientras que la de FORO DE TECNOLOGÍA EMOCIONAL a **Profesionales de las Áreas Sociales y TIC**.
- STEAM INTEGRAL DIGITAL, BACHILLERATOS A LA CARTA L y PROGRAMA ESCOLAR CONSUMO DE FRUTAS Y HORTALIZAS van enfocadas a **Estudiantes, Familias con niños o Jóvenes** en edad escolar así como **Docentes**.
- A **Familias** van enfocadas las campañas QUIERO ACOGERTE y QUIERO CUIDARTE
- Los **Inquilinos** serán los principales receptores de la campaña AYUDAS PARA LA PROTECCIÓN DEL HOGAR EN LAS CRISIS DEL CORONAVIRUS
- Por último, la de DIFUSIÓN DEL NUEVO CONTRATO SAD REGIONAL PARA PERSONAS MAYORES tiene como público objetivo el colectivo de la **Tercera Edad**.

VIII. OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE

La Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible de Naciones Unidas representa el marco global de desarrollo que se pretende para los próximos años, y que tienen un objetivo prioritario: alcanzar el desarrollo para todas las personas, y hacerlo de forma sostenible. A tal efecto, fija 17 objetivos (Objetivos de Desarrollo Sostenibles, ODS) y 169 metas, que abordan las tres dimensiones del desarrollo sostenible: social, económica y medioambiental.

Con fecha 29 de diciembre de 2020, el Consejo de Gobierno de la Región de Murcia aprobó el Plan de Acción para la implementación de la Agenda 2030, con el carácter de ser un **documento de carácter programático** orientado a fijar las acciones a impulsar por el Gobierno Regional **de modo transitorio**, dando el impulso urgente a aspectos clave para avanzar en la implementación de la Agenda 2030. En él se hace mención al papel fundamental que juega la comunicación



institucional para formar una ciudadanía comprometida con la Agenda 2030.

Así, como novedad y a petición de la Dirección General de Gobierno Abierto y Participación, el Plan de Comunicación y Publicidad Institucional para 2021, incluye aquel o aquellos objetivos de desarrollo sostenible que cada una de las campañas pretende alcanzar mediante su difusión.

A continuación se citan dichos objetivos, y dentro de cada uno de ellos se relacionan las campañas de publicidad incluidas en el Plan cuyo fin es su cumplimiento, con un máximo de dos de ellos por campaña:

ODS 1. Poner fin a la pobreza en todas sus formas en todo el mundo

- DIFUSIÓN DE LA FINANCIACIÓN EUROPEA DE LOS PROGRAMAS OPERATIVOS FEDER Y FSE EN LA REGIÓN DE MURCIA
- DIFUSIÓN DE ACTUACIONES DE LA COOPERACIÓN MURCIANA PARA LUCHAR CONTRA LOS EFECTOS DE LA COVID EN EL MUNDO
- QUIERO CUIDARTE
- EL SISTEMA PÚBLICO DE SERVICIOS SOCIALES
- AYUDAS PARA LA PROTECCIÓN DEL HOGAR EN LAS CRISIS DEL CORONAVIRUS

ODS 2. Poner fin al hambre, lograr la seguridad alimentaria y la mejora de la nutrición y promover la agricultura sostenible.

- PROMOCIÓN DE LA FRUTA DE HUESO DE LA REGIÓN DE MURCIA
- PROMOCIÓN DEL CONEJO DE LA REGIÓN DE MURCIA
- PROMOCIÓN DEL PIMIENTO DE LA REGIÓN DE MURCIA

ODS 3. Garantizar una vida sana y promover el bienestar para todos en todas las edades

- CONCIENCIACIÓN COVID-19
- CENTROS DEPORTIVOS SALUDABLES
- SUMA Y SIGUE
- PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES
- VACUNACIÓN CONTRA LA GRIPE
- CONTRA EL TABACO
- ERRADICACIÓN DEL MOSQUITO TIGRE



- PORTAL DEL PACIENTE
- LOS RIESGOS PSICOSOCIALES TAMBIÉN SON RIESGOS LABORALES
- PREVENCIÓN Y CONCIENCIACIÓN DEL CONTAGIO COVID-19 ENTRE LA JUVENTUD DE LA REGIÓN DE MURCIA
- CAPTACIÓN DE VOLUNTARIOS DE PROTECCIÓN CIVIL
- REGIÓN DE MURCIA, CAPITAL MUNDIAL DE LOS DEPORTES AGUA 2023
- PROMOCIÓN II FESTIVAL ESTREN-ARTE
- REGIÓN DE MURCIA: PATRIMONIO DE LA HUMANIDAD
- RECUPERANDO NUESTRO LEGADO
- FOMENTO DE LA LECTURA
- PROGRAMA ESCOLAR CONSUMO DE FRUTAS Y HORTALIZAS
- PROMOCIÓN DE LA IGUALDAD Y LA DIVERSIDAD EN LOS JÓVENES
- ACTUACIONES CONTRA LA SOLEDAD NO DESEADA EN LAS PERSONAS MAYORES
- QUIERO CUIDARTE
- NO LE DEJES SOLO

ODS 4. Garantizar una educación inclusiva, equitativa y de calidad y promover oportunidades de aprendizaje durante toda la vida para todos.

- MUJER RURAL
- PROMOCIÓN DEL PREAR
- FORMACIÓN PROFESIONAL, FORMACIÓN DE FUTURO
- BACHILLERATOS A LA CARTA
- ATENDIENDO A LA DIVERSIDAD
- CURSOS DE FORMACIÓN ON LINE
- FOMENTO DE LA LECTURA
- VIOLENCIA DE GÉNERO
- PLAN CORRESPONSABLES
- DÍA INTERNACIONAL DEL ORGULLO LGTB
- SENSIBILIZACIÓN CONTRA LA VIOLENCIA SEXUAL



ODS 5. Lograr la igualdad entre los géneros y empoderar a todas las mujeres y niñas

- LUCHA CONTRA LA BRECHA SALARIAL
- MUJER RURAL
- STEAM INTEGRA DIGITAL
- PROMOCIÓN DE LA IGUALDAD Y LA DIVERSIDAD EN LOS JÓVENES
- POR UNA SOCIEDAD INCLUSIVA Y TOLERANTE
- VIOLENCIA DE GÉNERO
- PLAN CORRESPONSABLES
- DÍA INTERNACIONAL DEL ORGULLO LGTB
- SENSIBILIZACIÓN CONTRA LA VIOLENCIA SEXUAL

ODS 8. Fomentar el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo, y el trabajo decente para todos.

- LUCHA CONTRA LA BRECHA SALARIAL
- PROMOCIÓN DE ACTUACIONES CONTRA LA PRECARIEDAD LABORAL
- AYUDAS AUTÓNOMOS
- PREMIOS RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA
- WEB AUTÓNOMOS
- WEB ECONOMÍA SOCIAL
- ESTRATEGIA POR EL EMPLEO DE CALIDAD 2021-2024
- AYUDAS PARA LA REACTIVACIÓN DEL EMPLEO
- CONVOCATORIAS, PROYECTOS Y SERVICIOS DEL INSTITUTO DE FOMENTO (INFO)
- DIFUSIÓN DE LA FINANCIACIÓN EUROPEA DE LOS PROGRAMAS OPERATIVOS FEDER Y FSE EN LA REGIÓN DE MURCIA
- HÁZLO FÁCIL
- PERIODO VOLUNTARIO DE PAGO DE LOS PRINCIPALES TRIBUTOS PERIÓDICOS Y FOMENTO DE LA DOMICILIACIÓN ATRM
- PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES
- PAECARM
- CURSOS DE FORMACIÓN ON LINE
- PROMOCIÓN TURÍSTICA 2021



- MEJORA DE LA EMPLEABILIDAD PARA PERSONAS EN SITUACIÓN DE EXCLUSIÓN SOCIAL

ODS 9. Desarrollar infraestructuras resilientes, promover la industrialización inclusiva y sostenible, y fomentar la innovación.

- AYUDAS AUTÓNOMOS
- ARTESANÍA KILÓMETRO CERO
- NUEVO MAPA DE MOVILIDAD COTIDIANA
- MODELO DE CONSTRUCCIÓN Y ARQUITECTURA SOSTENIBLE

ODS 10. Reducir la desigualdad en y entre los países

- EL SISTEMA PÚBLICO DE SERVICIOS SOCIALES
- QUIERO ACOGERTE

ODS 11. Lograr que las ciudades y los asentamientos humanos sean inclusivos, seguros, resilientes y sostenibles.

- LUCHA CONTRA LA DESPOBLACIÓN Y MEJORA DE LA CALIDAD DE VIDA EN EL MEDIO RURAL
- FORO DE TECNOLOGÍA EMOCIONAL
- NUEVO MAPA DE MOVILIDAD COTIDIANA
- MODELO DE CONSTRUCCIÓN Y ARQUITECTURA SOSTENIBLE
- MEDIDAS DE SEGURIDAD Y PREVENCIÓN ANTE TERREMOTOS
- PREVENCIÓN DE ACCIDENTES EN EL HOGAR DURANTE EL INVIERNO
- MEDIDAS DE SEGURIDAD Y PREVENCIÓN ANTE INUNDACIONES

ODS 12. Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles.

- WEB ECONOMÍA SOCIAL
- ARTESANÍA KILÓMETRO CERO
- CONVOCATORIAS, PROYECTOS Y SERVICIOS DEL INSTITUTO DE FOMENTO (INFO)
- GESTIÓN DE RESIDUOS
- CONSUMO SOSTENIBLE EN EL SECTOR EMPRESARIAL



- CONSUMO RESPONSABLE EN EL HOGAR
- BUENAS PRÁCTICAS EMPRESARIALES
- Y YO QUÉ HAGO
- PROGRAMA ESCOLAR CONSUMO DE FRUTAS Y HORTALIZAS
- PROMOCIÓN DE LA FRUTA DE HUESO DE LA REGIÓN DE MURCIA
- PROMOCIÓN DEL CONEJO DE LA REGIÓN DE MURCIA
- PROMOCIÓN DEL PIMIENTO DE LA REGIÓN DE MURCIA

ODS 13. Adoptar medidas urgentes para combatir el cambio climático y sus efectos.

- Y YO QUÉ HAGO

ODS 14. Conservar y utilizar de forma sostenible los océanos, los mares y los recursos marinos para lograr el desarrollo sostenible.

- PLAN COPLA Y PLAN INFOMUR

ODS 15. Gestionar sosteniblemente los bosques, luchar contra la desertificación, detener e invertir la degradación de las tierras, detener la pérdida de biodiversidad.

- LUCHA CONTRA LA DESPOBLACIÓN Y MEJORA DE LA CALIDAD DE VIDA EN EL MEDIO RURAL
- MEDIDAS DE SEGURIDAD Y PREVENCIÓN ANTE TERREMOTOS
- PREVENCIÓN DE INCENDIOS FORESTALES

ODS 16. Promover sociedades justas, pacíficas e inclusivas.

- PERIODO VOLUNTARIO DE PAGO DE LOS PRINCIPALES TRIBUTOS PERIÓDICOS Y FOMENTO DE LA DOMICILIACIÓN ATRM
- FORO DE TECNOLOGÍA EMOCIONAL
- REPLAY
- STEAM INTEGRA DIGITAL
- TU SEDE ELECTRÓNICA MÁS FÁCIL
- DÍA DE LA REGIÓN
- DIFUSIÓN Y PROMOCIÓN DE LA TRANSPARENCIA



- FOMENTO DE LA PARTICIPACIÓN JUVENIL EN LOS ASUNTOS PÚBLICOS
- DIFUSIÓN Y PROMOCIÓN DE LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE (ODS)
- DÍA INTERNACIONAL DE LAS PERSONAS CON DISCAPACIDAD
- DÍA INTERNACIONAL DE LAS PERSONAS MAYORES
- DIFUSIÓN DEL NUEVO CONTRATO SAD REGIONAL PARA PERSONAS MAYORES
- POR UNA SOCIEDAD INCLUSIVA Y TOLERANTE
- QUIERO ACOGERTE
- NO LE DEJES SOLO
- AYUDAS PARA LA PROTECCIÓN DEL HOGAR EN LAS CRISIS DEL CORONAVIRUS

ODS 17. Revitalizar la Alianza Mundial para el Desarrollo Sostenible.

- PREMIOS RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA
- DIFUSIÓN Y PROMOCIÓN DE LA TRANSPARENCIA
- FOMENTO DE LA PARTICIPACIÓN JUVENIL EN LOS ASUNTOS PÚBLICOS
- DIFUSIÓN Y PROMOCIÓN DE LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE (ODS)

IX. PRESUPUESTO

La inversión en campañas de publicidad y comunicación institucional que la Administración Regional tiene previsto realizar durante el ejercicio 2021 asciende a un **total de 3.923.997,00 €**.

En cuanto al peso de la inversión por ejes destaca en primer lugar el *Eje 10. Cultura y Turismo* con un presupuesto de 2.416.000€, atribuible básicamente al ITREM, y que representan el 62% de la inversión. En segundo lugar encontramos el *Eje 1. Economía y Empleo* con un presupuesto de 666.000 €, atribuible más de un tercio del mismo al Instituto de Fomento, y que representa el 17% de la inversión total. 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 224.497 €, que representa un 6% de la inversión.



Gráfico 8. Presupuesto de campañas por Ejes

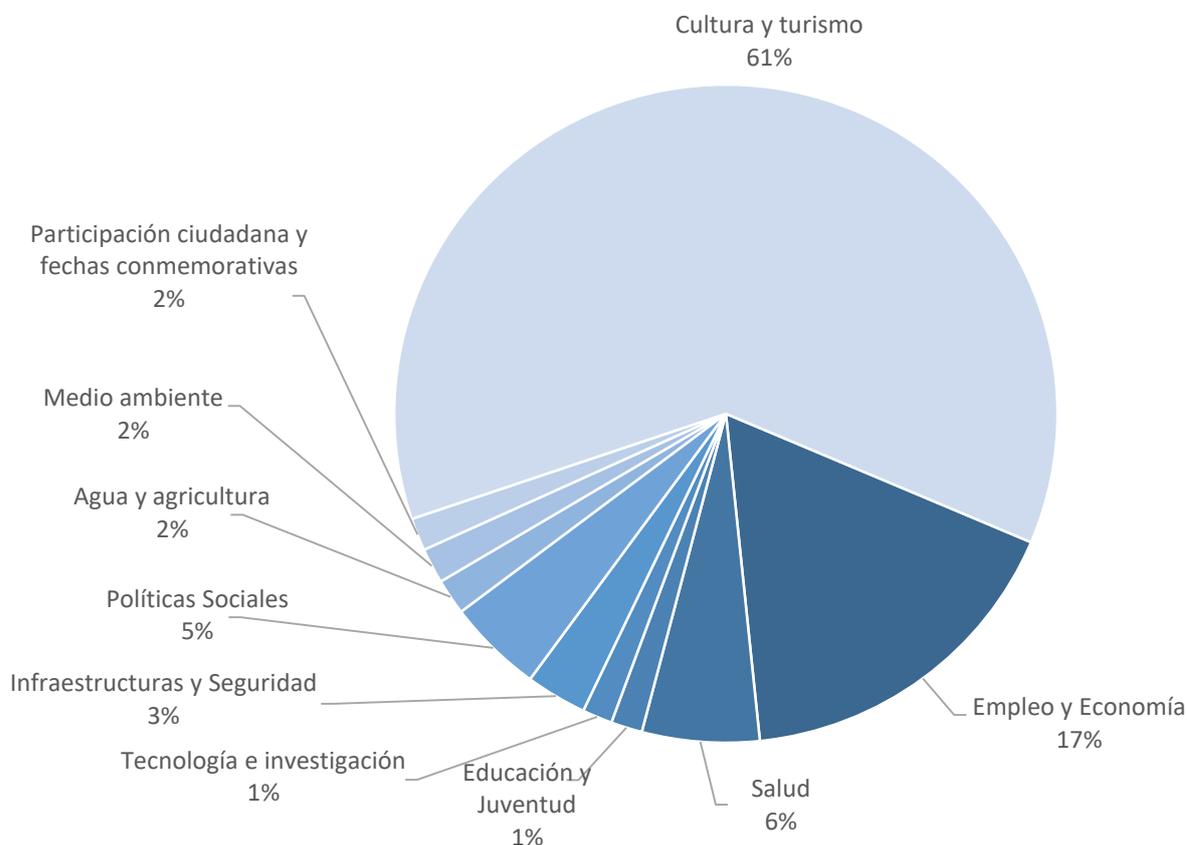


Tabla 2. Clasificación por ejes¹

Eje	Campañas	Presupuesto	%
Empleo y Economía	15	666.000,00 €	17%
Salud	10	224.497,00 €	6%
Educación y Juventud	4	60.000,00 €	2%
Tecnología e investigación	6	57.500,00 €	1%
Infraestructuras y Seguridad	8	117.000,00 €	3%
Políticas Sociales	17	183.000,00 €	5%
Agua y agricultura	4	69.000,00 €	2%
Medio ambiente	5	68.000,00 €	2%
Participación ciudadana y fechas conmemorativas	4	63.000,00 €	2%
Cultura y turismo	6	2.416.000,00 €	62%
Total	79	3.923.997,00 €	100%

¹ 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



Dentro de la inversión del sector público el mayor presupuesto corresponde a las campañas del Instituto de Turismo (ITREM), con un total de 2.338.000, seguidas de las del Instituto de Fomento (INFO), con una inversión de 210.000€.

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 2021 se prevé realizar **un total de 5 campañas cuyo presupuesto asciende a 292.500 €.**



Tabla 3. Campañas financiadas con fondos europeos

Consejería/Ente	Campaña	Presupuesto
Economía, Hacienda y Administración Digital	DIFUSIÓN DE LA FINANCIACIÓN EUROPEA DE LOS PROGRAMAS OPERATIVOS FEDER Y FSE EN LA REGIÓN DE MURCIA	265.000 €
Fundación INTEGRA	CURSOS DE FORMACIÓN ON LINE	2.500 €
Fundación INTEGRA	FORO DE TECNOLOGÍA EMOCIONAL	20.000 €
Fundación INTEGRA	REPLAY	2.500 €
Fundación INTEGRA	STEAM INTEGRA DIGITAL	2.500 €
	Total	292.500 €

VIII. EVALUACIÓN

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

Por este motivo, además del informe o memoria de ejecución y valoración final del resultado de cada una de las campañas, que deberán elaborar las empresas que resulten adjudicatarias de la difusión de las mismas, la consejería competente en materia de comunicación institucional, a través del Consejo de Publicidad y de Comunicación Institucional –en cuanto órgano encargado de evaluar las actividades de publicidad y comunicación de la Administración pública de la CARM, y como rendición de cuentas, elaborará en el primer trimestre de 2022 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.

X. 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 **79 campañas² de publicidad institucional**, con un **presupuesto de 3.923.997 €**.

La **principal prioridad de interés público** en materia de publicidad y comunicación institucional para el año 2021 es *d) Difundir información sobre los derechos y deberes de la ciudadanía y los servicios, actividades y programas de los que se puede beneficiar* con un total de **26 campañas**.

Los ejes con **mayor número de campañas** son el *Eje 6. Políticas Sociales* con 12 con 17 campañas seguido del *Eje 1. Empleo y Economía* con 15 campañas y el *Eje 2. Salud* con 10.

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

- El **Eje 10. Cultura y Turismo** con un presupuesto de 2.416.000 €, atribuible básicamente al ITREM, y que representa el 62% de la inversión.
- El **Eje 1. Empleo y Economía** con un presupuesto de 666.000,00 €, atribuible en gran proporción al INFO, y que representa el 17% de la inversión

² 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 por último, el **Eje 2. Salud** con un presupuesto de 224.497,00 €, que representa un 6% de la inversión.

En lo referente al público objetivo de las campañas, en un **62% se centran en público general**, mientras que un 38% se orientan a colectivos más específicos.

Si analizamos los medios previsto a utilizar, de las 79 campañas, en 48 de ellas se propone el uso de radio y redes sociales. Le siguen muy de cerca los medios digitales (43 campañas) y la televisión (34). A continuación encontramos medios impresos 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 79 campañas incluidas en el Plan y estructuradas según los 10 ejes por materias.

ANEXO

[Escriba aquí]

ÍNDICE DE EJES Y CAMPAÑAS

1. EMPLEO Y ECONOMÍA

- 01.01 LUCHA CONTRA LA BRECHA SALARIAL
- 01.02 PROMOCIÓN DE ACTUACIONES CONTRA LA PRECARIEDAD LABORAL
- 01.03 AYUDAS AUTÓNOMOS
- 01.04 PREMIOS RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA
- 01.05 WEB AUTÓNOMOS
- 01.06 WEB ECONOMÍA SOCIAL
- 01.07 ARTESANÍA KILÓMETRO CERO
- 01.08 ESTRATEGIA POR EL EMPLEO DE CALIDAD 2021-2024
- 01.09 AYUDAS PARA LA REACTIVACIÓN DEL EMPLEO
- 01.10 CONVOCATORIAS, PROYECTOS Y SERVICIOS DEL INSTITUTO DE FOMENTO (INFO)
- 01.11 MUJER RURAL
- 01.12 LUCHA CONTRA LA DESPOBLACIÓN Y MEJORA DE LA CALIDAD DE VIDA EN EL MEDIO RURAL
- 01.13 DIFUSIÓN DE LA FINANCIACIÓN EUROPEA DE LOS PROGRAMAS OPERATIVOS FEDER Y FSE EN LA REGIÓN DE MURCIA
- 01.14 CANALES TELEMÁTICOS DE ATENCIÓN DE LA AGENCIA TRIBUTARIA DE LA REGIÓN DE MURCIA
- 01.15 PERIODO VOLUNTARIO DE PAGO DE LOS PRINCIPALES TRIBUTOS PERIÓDICOS Y FOMENTO DE LA DOMICILIACIÓN ATRM

2. SALUD

- 02.01 CONCIENCIACIÓN COVID-19
- 02.02 CENTROS DEPORTIVOS SALUDABLES
- 02.03 SUMA Y SIGUE
- 02.04 PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES
- 02.05 VACUNACIÓN CONTRA LA GRIPE
- 02.06 CONTRA EL TABACO
- 02.07 ERRADICACIÓN DEL MOSQUITO TIGRE
- 02.08 PORTAL DEL PACIENTE
- 02.09 LOS RIESGOS PSICOSOCIALES TAMBIÉN SON RIESGOS LABORALES
- 02.10 PREVENCIÓN Y CONCIENCIACIÓN DEL CONTAGIO COVID-19 ENTRE LA JUVENTUD DE LA REGIÓN DE MURCIA

[Escriba aquí]

3. EDUCACIÓN Y JUVENTUD

- 03.01 PROMOCIÓN DEL PREAR
- 03.02 FORMACIÓN PROFESIONAL, FORMACIÓN DE FUTURO
- 03.03 BACHILLERATOS A LA CARTA
- 03.04 ATENDIENDO A LA DIVERSIDAD

4. TECNOLOGÍA E INVESTIGACIÓN

- 04.01 PAECARM
- 04.02 CURSOS DE FORMACIÓN ON LINE
- 04.03 FORO DE TECNOLOGÍA EMOCIONAL
- 04.04 REPLAY
- 04.05 STEAM INTEGRA DIGITAL
- 04.06 TU SEDE ELECTRÓNICA MÁS FÁCIL

5. INFRAESTRUCTURAS Y SEGURIDAD.

- 05.01 NUEVO MAPA DE MOVILIDAD COTIDIANA
- 05.02 MODELO DE CONSTRUCCIÓN Y ARQUITECTURA SOSTENIBLE
- 05.03 MEDIDAS DE SEGURIDAD Y PREVENCIÓN ANTE TERREMOTOS
- 05.04 CAPTACIÓN DE VOLUNTARIOS DE PROTECCIÓN CIVIL
- 05.05 PREVENCIÓN DE ACCIDENTES EN EL HOGAR DURANTE EL INVIERNO
- 05.06 PREVENCIÓN DE INCENDIOS FORESTALES
- 05.07 MEDIDAS DE SEGURIDAD Y PREVENCIÓN ANTE INUNDACIONES
- 05.08 PLAN COPLA Y PLAN INFOMUR

6. POLÍTICAS SOCIALES.

- 06.01 AYUDAS PARA LA PROTECCIÓN DEL HOGAR EN LAS CRISIS DEL CORONAVIRUS
- 06.02 NO LE DEJES SOLO
- 06.03 SENSIBILIZACIÓN CONTRA LA VIOLENCIA SEXUAL
- 06.04 QUIERO ACOGERTE
- 06.05 DÍA INTERNACIONAL DEL ORGULLO LGTB
- 06.06 PLAN CORRESPONSABLES
- 06.07 VIOLENCIA DE GÉNERO
- 06.08 POR UNA SOCIEDAD INCLUSIVA Y TOLERANTE

[Escriba aquí]

- 06.09 EL SISTEMA PÚBLICO DE SERVICIOS SOCIALES
- 06.10 QUIERO CUIDARTE
- 06.11 MEJORA DE LA EMPLEABILIDAD PARA PERSONAS EN SITUACIÓN DE EXCLUSIÓN SOCIAL
- 06.12 DIFUSIÓN DEL NUEVO CONTRATO SAD REGIONAL PARA PERSONAS MAYORES
- 06.13 DÍA INTERNACIONAL DE LAS PERSONAS MAYORES
- 06.14 DÍA INTERNACIONAL DE LAS PERSONAS CON DISCAPACIDAD
- 06.15 ACTUACIONES CONTRA LA SOLEDAD NO DESEADA EN LAS PERSONAS MAYORES
- 06.16 PROMOCIÓN DE LA IGUALDAD Y LA DIVERSIDAD EN LOS JOVENES
- 06.17 DIFUSIÓN DE ACTUACIONES DE LA COOPERACIÓN MURCIANA PARA LUCHAR CONTRA LOS EFECTOS DE LA COVID EN EL MUNDO

7. AGUA Y AGRICULTURA.

- 07.01 PROMOCIÓN DEL PIMIENTO DE LA REGIÓN DE MURCIA
- 07.02 PROMOCIÓN DEL CONEJO DE LA REGIÓN DE MURCIA
- 07.03 PROMOCIÓN DE LA FRUTA DE HUESO DE LA REGIÓN DE MURCIA
- 07.04 PROGRAMA ESCOLAR CONSUMO DE FRUTAS Y HORTALIZAS DE LA REGIÓN DE MURCIA

8. MEDIO AMBIENTE.

- 08.01 Y YO QUÉ HAGO
- 08.02 BUENAS PRÁCTICAS EMPRESARIALES
- 08.03 CONSUMO RESPONSABLE EN EL HOGAR
- 08.04 CONSUMO SOSTENIBLE EN EL SECTOR EMPRESARIAL
- 08.05 GESTIÓN DE RESIDUOS

9. PARTICIPACIÓN CIUDADANA Y FECHAS CONMEMORATIVAS.

- 09.01 DIFUSIÓN Y PROMOCIÓN DE LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE (ODS)
- 09.02 FOMENTO DE LA PARTICIPACIÓN JUVENIL EN LOS ASUNTOS PÚBLICOS
- 09.03 DIFUSIÓN Y PROMOCIÓN DE LA TRANSPARENCIA
- 09.04 DÍA DE LA REGIÓN

[Escriba aquí]

10. CULTURA Y TURISMO.

- 10.01 FOMENTO DE LA LECTURA
- 10.02 RECUPERANDO NUESTRO LEGADO
- 10.03 REGIÓN DE MURCIA: PATRIMONIO DE LA HUMANIDAD
- 10.04 PROMOCIÓN II FESTIVAL ESTREN-ARTE
- 10.05 REGIÓN DE MURCIA, CAPITAL MUNDIAL DE LOS DEPORTES AGUA 2023
- 10.06 PROMOCIÓN TURÍSTICA 2021

[Escriba aquí]

EJE 1: EMPLEO Y ECONOMÍA

CONSEJERÍA DE EMPRESA, EMPLEO, UNIVERSIDADES Y PORTAVOCIA

DIRECCIÓN GENERAL DE DIÁLOGO SOCIAL Y BIENESTAR LABORAL

CAMPAÑA Nº 01.01	LUCHA CONTRA LA BRECHA SALARIAL
Objetivo: Promover la eliminación de la brecha salarial promocionando la política de igual retribución por trabajo e igual valor entre hombres y mujeres.	
Coste estimado: 15.000,00 €	
Período de ejecución: Tercer cuatrimestre	
Medios: Radio, prensa digital, redes sociales, elementos impresos y exterior	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: Empresarios, Trabajadores	
Ámbito: Administración general	

EJE 1: EMPLEO Y ECONOMÍA

CONSEJERÍA DE EMPRESA, EMPLEO, UNIVERSIDADES Y PORTAVOCIA

DIRECCIÓN GENERAL DE DIÁLOGO SOCIAL Y BIENESTAR LABORAL

CAMPAÑA Nº 01.02	PROMOCIÓN DE ACTUACIONES CONTRA LA PRECARIEDAD LABORAL
Objetivo: Concienciar y sensibilizar a trabajadores y empresas sobre la importancia de mejorar la calidad de la contratación, especialmente en materia de temporalidad, parcialidad y horarios laborales.	
Coste estimado: 15.000,00 €	
Período de ejecución: Tercer cuatrimestre	
Medios: Radio, prensa digital, redes sociales, elementos impresos y exterior	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: Empresarios, Trabajadores	
Ámbito: Administración general	

[Escriba aquí]

EJE 1: EMPLEO Y ECONOMÍA

CONSEJERÍA DE EMPRESA, EMPLEO, UNIVERSIDADES Y PORTAVOCIA

DIRECCIÓN GENERAL DE ECONOMÍA SOCIAL Y TRABAJO AUTÓNOMO

CAMPAÑA Nº 01.03	AYUDAS AUTÓNOMOS
Objetivo: Dar publicidad a las ayudas que se publicarán a lo largo del 2021 dentro de los fondos COVID.	
Coste estimado: 13.000,00 €	
Período de ejecución: Tercer cuatrimestre	
Medios: Radio, prensa digital, redes sociales y exterior	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: Autónomos	
Ámbito: Administración general	

EJE 1: EMPLEO Y ECONOMÍA

CONSEJERÍA DE EMPRESA, EMPLEO, UNIVERSIDADES Y PORTAVOCIA

DIRECCIÓN GENERAL DE ECONOMÍA SOCIAL Y TRABAJO AUTÓNOMO

CAMPAÑA Nº 01.04	PREMIOS RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA
Objetivo: Esta campaña tiene como objetivo potenciar la cultura de la Responsabilidad Social Corporativa en nuestra región mediante la difusión de los 'Premios RSC' para colectivos de la Región de Murcia.	
Coste estimado: 15.000,00 €	
Período de ejecución: Tercer cuatrimestre	
Medios: Radio, prensa digital, redes sociales y exterior	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: Autónomos, Empresarios	
Ámbito: Administración general	

[Escriba aquí]

EJE 1: EMPLEO Y ECONOMÍA

CONSEJERÍA DE EMPRESA, EMPLEO, UNIVERSIDADES Y PORTAVOCIA

DIRECCIÓN GENERAL DE ECONOMÍA SOCIAL Y TRABAJO AUTÓNOMO

CAMPAÑA Nº 01.05	WEB AUTÓNOMOS
Objetivo: Dar publicidad al portal que está previsto realizar sobre trabajadores autónomos.	
Coste estimado: 15.000,00 €	
Período de ejecución: Tercer cuatrimestre	
Medios: Prensa digital, redes sociales y exterior	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: Autónomos	
Ámbito: Administración general	

EJE 1: EMPLEO Y ECONOMÍA

CONSEJERÍA DE EMPRESA, EMPLEO, UNIVERSIDADES Y PORTAVOCIA

DIRECCIÓN GENERAL DE ECONOMÍA SOCIAL Y TRABAJO AUTÓNOMO

CAMPAÑA Nº 01.06	WEB ECONOMÍA SOCIAL
Objetivo: Dar publicidad al portal que está previsto realizar sobre economía social.	
Coste estimado: 15.000,00 €	
Período de ejecución: Segundo cuatrimestre	
Medios: Prensa digital, redes sociales y elementos impresos	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: Asociaciones de economía social	
Ámbito: Administración general	

[Escriba aquí]

EJE 1: EMPLEO Y ECONOMÍA

CONSEJERÍA DE EMPRESA, EMPLEO, UNIVERSIDADES Y PORTAVOCIA

DIRECCIÓN GENERAL DE CONSUMO Y ARTESANÍA

CAMPAÑA Nº 01.07	ARTESANÍA KILÓMETRO CERO
Objetivo: Promocionar la artesanía de la Región de Murcia y mejorar la competitividad del sector artesano regional. Comercializar los productos artesanos en nuestra región como productos ecológicos, sostenibles y de cercanía.	
Coste estimado: 15.000,00 €	
Período de ejecución: Tercer cuatrimestre	
Medios: Prensa digital, redes sociales y exterior	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: General	
Ámbito: Administración general	

EJE 1: EMPLEO Y ECONOMÍA

CONSEJERÍA DE EMPRESA, EMPLEO, UNIVERSIDADES Y PORTAVOCIA

SERVICIO REGIONAL DE EMPLEO Y FORMACIÓN

CAMPAÑA Nº 01.08	ESTRATEGIA POR EL EMPLEO DE CALIDAD 2021-2024
Objetivo: Promoción del Servicio Regional de Empleo y Formación.	
Coste estimado: 15.000,00 €	
Período de ejecución: Segundo y tercer cuatrimestre	
Medios: Televisión, radio, prensa y revistas, prensa digital, redes sociales y elementos impresos	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: General	
Ámbito: Sector público	

[Escriba aquí]

EJE 1: EMPLEO Y ECONOMÍA

CONSEJERÍA DE EMPRESA, EMPLEO, UNIVERSIDADES Y PORTAVOCIA

SERVICIO REGIONAL DE EMPLEO Y FORMACIÓN

CAMPAÑA Nº 01.09	AYUDAS PARA LA REACTIVACIÓN DEL EMPLEO
Objetivo: Dar a conocer las diferentes ayudas del SEF que se vayan poniendo en marcha para paliar los efectos de la crisis sanitaria y la reactivación del empleo.	
Coste estimado: 40.000,00 €	
Período de ejecución: Segundo y tercer cuatrimestre	
Medios: Televisión, radio, prensa y revistas, prensa digital, redes sociales y elementos impresos	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: General	
Ámbito: Sector público	

EJE 1: EMPLEO Y ECONOMÍA

CONSEJERÍA DE EMPRESA, EMPLEO, UNIVERSIDADES Y PORTAVOCIA

DIRECCIÓN DEL INSTITUTO DE FOMENTO DE LA REGIÓN DE MURCIA (INFO)

CAMPAÑA Nº 01.10	CONVOCATORIAS, PROYECTOS Y SERVICIOS DEL INSTITUTO DE FOMENTO (INFO)
Objetivo: Dar a conocer, puntualmente, conforme a necesidad, las convocatorias de ayudas, de eventos, los servicios y proyectos, etc... propios del Info.	
Coste estimado: 210.000,00 €	
Período de ejecución: Anual	
Medios: Prensa, radio y redes sociales	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: Emprendedores, Empresarios	
Ámbito: Sector público	

[Escriba aquí]

EJE 1: EMPLEO Y ECONOMÍA

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

DIRECCIÓN GENERAL DE MUJER Y DIVERSIDAD DE GÉNERO

CAMPAÑA Nº 01.11	MUJER RURAL
Objetivo: Visibilizar la situación actual de las mujeres en el entorno rural y destacar su importancia en este ámbito.	
Coste estimado: 15.000,00 €	
Período de ejecución: Segundo y tercer cuatrimestre	
Medios: No se señala ningún soporte de los propuestos ya que los mismos se seleccionarán por el plan de medios que se encarga por esta Consejería a una empresa especializada	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: General	
Ámbito: Administración general	

EJE 1: EMPLEO Y ECONOMÍA

CONSEJERIA DE PRESIDENCIA, TURISMO Y DEPORTES

DIRECCIÓN GENERAL DE ADMINISTRACIÓN LOCAL

CAMPAÑA Nº 01.12	LUCHA CONTRA LA DESPOBLACIÓN Y MEJORA DE LA CALIDAD DE VIDA EN EL MEDIO RURAL
Objetivo: Concienciar acerca de la importancia del medio rural como una parte esencial de nuestra región y sus posibilidades desde el punto de vista turístico como herramienta para evitar la despoblación.	
Coste estimado: 18.000,00 €	
Período de ejecución: Anual	
Medios: Televisión, radio, prensa y revistas y prensa digital	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: General	
Ámbito: Administración general	

[Escriba aquí]

EJE 1: EMPLEO Y ECONOMÍA

CONSEJERÍA DE ECONOMÍA, HACIENDA Y ADMINISTRACIÓN DIGITAL

DIRECCIÓN GENERAL DE PRESUPUESTOS Y FONDOS EUROPEOS

CAMPAÑA Nº 01.13	DIFUSIÓN DE LA FINANCIACIÓN EUROPEA DE LOS PROGRAMAS OPERATIVOS FEDER Y FSE EN LA REGIÓN DE MURCIA
Objetivo: Dar a conocer a los ciudadanos de la Región la existencia de los referidos Programas Operativos, la contribución de los Fondos Europeos a los mismos y las acciones más significativas llevadas a cabo en el ámbito de la Comunidad Autónoma de Murcia con fina	
Coste estimado: 265.000,00 €	
Período de ejecución: Tercer cuatrimestre	
Medios: Televisión, radio, prensa y revistas, prensa digital, redes sociales, cine, elementos impresos y exterior	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: General	
Ámbito: Administración general	

EJE 1: EMPLEO Y ECONOMÍA

CONSEJERÍA DE ECONOMÍA, HACIENDA Y ADMINISTRACIÓN DIGITAL

AGENCIA TRIBUTARIA DE LA REGIÓN DE MURCIA

CAMPAÑA Nº 01.14	CANALES TELEMÁTICOS DE ATENCIÓN DE LA AGENCIA TRIBUTARIA DE LA REGIÓN DE MURCIA
Objetivo: La situación provocada por la pandemia del COVID-19 ha tenido como consecuencia un cambio radical en la atención al ciudadano, dado que no solo se ha restringido el canal presencial durante un periodo de tiempo (en el caso de la ATRM, la Red de Oficinas e	
Coste estimado: 0,00 €	
Período de ejecución: Segundo y tercer cuatrimestre	
Medios: Redes sociales	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: Jóvenes	
Ámbito: Sector público	

[Escriba aquí]

EJE 1: EMPLEO Y ECONOMÍA

CONSEJERÍA DE ECONOMÍA, HACIENDA Y ADMINISTRACIÓN DIGITAL

AGENCIA TRIBUTARIA DE LA REGIÓN DE MURCIA

CAMPAÑA Nº 01.15	PERIODO VOLUNTARIO DE PAGO DE LOS PRINCIPALES TRIBUTOS PERIÓDICOS Y FOMENTO DE LA DOMICILIACIÓN ATRM
Objetivo: Potenciar y mejorar los resultados de la recaudación voluntaria de las deudas tributarias de vencimiento periódico, e informar de los plazos disponibles para el pago o los medios disponibles para ello.	
Coste estimado: 0,00 €	
Período de ejecución: Primer cuatrimestre	
Medios: Televisión, radio, prensa digital, redes sociales, cine y elementos impresos	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: General	
Ámbito: Sector público	

EJE 2: SALUD

CONSEJERÍA DE SALUD

DIRECCIÓN GENERAL DE SALUD PÚBLICA Y ADICCIONES

CAMPAÑA Nº 02.01	CONCIENCIACIÓN COVID-19
Objetivo: Ofrecer a la población de la Región de Murcia la información necesaria acerca de a la situación actual de la pandemia y concienciar acerca de las medidas de protección que se deben llevar a cabo, así como cualesquiera otros mensajes que deban darse relaci	
Coste estimado: 79.497,00 €	
Período de ejecución: Anual	
Medios: Televisión, radio, prensa y revistas, prensa digital, redes sociales y exterior	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: General	
Ámbito: Administración general	

[Escriba aquí]

EJE 2: SALUD

CONSEJERIA DE PRESIDENCIA, TURISMO Y DEPORTES

DIRECCIÓN GENERAL DE DEPORTES

CAMPAÑA Nº 02.02	CENTROS DEPORTIVOS SALUDABLES
Objetivo: La difusión de la marca de calidad 'Centro Deportivo Saludable' y lo que ello conlleva como reconocimiento para instalaciones deportivas, las cuales deben cumplir una serie de requisitos, y que impulsará y mejorará toda la actividad que desarrollan esto	
Coste estimado: 15.000,00 €	
Período de ejecución: Primer cuatrimestre	
Medios: Prensa y revistas, prensa digital, redes sociales y exterior	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: General	
Ámbito: Administración general	

EJE 2: SALUD

CONSEJERIA DE PRESIDENCIA, TURISMO Y DEPORTES

DIRECCIÓN GENERAL DE JUVENTUD

CAMPAÑA Nº 02.03	SUMA Y SIGUE
Objetivo: Campaña dirigida a la juventud en la que plantear un mensaje positivo hacia la vacunación contra el SARS-COV2, con el fin de crear un contexto favorable hacia la necesaria inmunidad de la población, de manera que se contrarresten mensajes negacionistas.	
Coste estimado: 15.000,00 €	
Período de ejecución: Tercer cuatrimestre	
Medios: Televisión, radio, prensa digital, redes sociales, elementos impresos y exterior	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: Jóvenes	
Ámbito: Administración general	

[Escriba aquí]

EJE 2: SALUD

CONSEJERÍA DE EMPRESA, EMPLEO, UNIVERSIDADES Y PORTAVOCIA

DIRECCIÓN GENERAL DE DIÁLOGO SOCIAL Y BIENESTAR LABORAL

CAMPAÑA Nº 02.04	PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES
Objetivo: Trasladar a la sociedad en general, la importancia de prevenir los riesgos laborales para evitar daños a la salud derivados de los mismos. Así mismo se pretende incrementar la cultura preventiva y que esta forme parte de todos los procesos que se llevan a	
Coste estimado: 15.000,00 €	
Período de ejecución: Tercer cuatrimestre	
Medios: Radio, prensa y revistas, prensa digital, redes sociales, elementos impresos y exterior	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: Empresarios, General, Trabajadores	
Ámbito: Administración general	

EJE 2: SALUD

CONSEJERÍA DE SALUD

DIRECCIÓN GENERAL DE SALUD PÚBLICA Y ADICCIONES

CAMPAÑA Nº 02.05	VACUNACIÓN CONTRA LA GRIPE
Objetivo: Concienciar a la población sobre la importancia de vacunarse contra la gripe, con el objetivo de aumentar la cobertura de vacunación especialmente sobre la población diana (mayores, embarazadas, sanitarios, etc.).	
Coste estimado: 18.000,00 €	
Período de ejecución: Tercer cuatrimestre	
Medios: Prensa, radio, televisión y digital	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: General	
Ámbito: Administración general	

[Escriba aquí]

EJE 2: SALUD

CONSEJERÍA DE SALUD

DIRECCIÓN GENERAL DE SALUD PÚBLICA Y ADICCIONES

CAMPAÑA Nº 02.06	CONTRA EL TABACO
Objetivo: Sensibilizar a la población en general sobre los efectos nocivos del tabaquismo, fomentar el abandono del mismo y prevenir contra su consumo.	
Coste estimado: 12.000,00 €	
Período de ejecución: Tercer cuatrimestre	
Medios: Prensa, radio, televisión y digital	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: General	
Ámbito: Administración general	

EJE 2: SALUD

CONSEJERÍA DE SALUD

DIRECCIÓN GENERAL DE SALUD PÚBLICA Y ADICCIONES

CAMPAÑA Nº 02.07	ERRADICACIÓN DEL MOSQUITO TIGRE
Objetivo: Alertar la población de la Región de Murcia de los peligros que entraña la proliferación del mosquito tigre y, muy especialmente, facilitar información y consejos sobre las acciones cívicas más adecuadas para dificultar la reproducción de este insecto.	
Coste estimado: 12.000,00 €	
Período de ejecución: Segundo cuatrimestre	
Medios: Radio, televisión y digital	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: General	
Ámbito: Administración general	

[Escriba aquí]

EJE 2: SALUD

CONSEJERÍA DE SALUD

DIRECCIÓN GERENCIA DEL SERVICIO MURCIANO DE SALUD

CAMPAÑA Nº 02.08	PORTAL DEL PACIENTE
Objetivo: Fomentar el uso del Portal del Paciente entre los usuarios del SMS. Evita desplazamientos, más necesario aún en pandemia.	
Coste estimado: 25.000,00 €	
Período de ejecución: Segundo y tercer cuatrimestre	
Medios: Radio, televisión y digital	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: General	
Ámbito: Sector público	

EJE 2: SALUD

CONSEJERÍA DE EMPRESA, EMPLEO, UNIVERSIDADES Y PORTAVOCIA

DIRECCIÓN GENERAL DE DIÁLOGO SOCIAL Y BIENESTAR LABORAL

CAMPAÑA Nº 02.09	LOS RIESGOS PSICOSOCIALES TAMBIÉN SON RIESGOS LABORALES
Objetivo: Trasladar a empresarios y trabajadores la importancia de evaluar y controlar los riesgos psicosociales en el trabajo, como medida de prevención del estrés y otras situaciones derivadas de un ambiente psicosocial nocivo en las empresas.	
Coste estimado: 15.000,00 €	
Período de ejecución: Tercer cuatrimestre	
Medios: Radio, prensa digital, redes sociales, elementos impresos y exterior	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: Empresarios, Trabajadores	
Ámbito: Administración general	

[Escriba aquí]

EJE 2: SALUD

CONSEJERIA DE PRESIDENCIA, TURISMO Y DEPORTES

DIRECCIÓN GENERAL DE JUVENTUD

CAMPAÑA Nº 02.10	PREVENCIÓN Y CONCIENCIACIÓN DEL CONTAGIO COVID-19 ENTRE LA JUVENTUD DE LA REGIÓN DE MURCIA
Objetivo: Campaña de concienciación para prevenir la transmisión y el contagio COVID-19 entre la población juvenil, y promover actitudes responsables.	
Coste estimado: 18.000,00 €	
Período de ejecución: Segundo cuatrimestre	
Medios:	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: Jóvenes	
Ámbito: Administración general	

EJE 3: EDUCACIÓN Y JUVENTUD

CONSEJERÍA DE EDUCACIÓN Y CULTURA

DIRECCIÓN GENERAL DE EVALUACIÓN EDUCATIVA Y FORMACIÓN PROFESIONAL

CAMPAÑA Nº 03.01	PROMOCIÓN DEL PREAR
Objetivo: Difusión de las próximas convocatorias del PREAR (Procedimiento para el Reconocimiento, Evaluación, Acreditación y Registro de la competencia profesional) mediante las que potenciar la puesta en valor de las competencias profesionales adquiridas por las	
Coste estimado: 15.000,00 €	
Período de ejecución: Anual	
Medios: Radio, prensa digital y redes sociales	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: Empresarios, Trabajadores	
Ámbito: Administración general	

[Escriba aquí]

EJE 3: EDUCACIÓN Y JUVENTUD

CONSEJERÍA DE EDUCACIÓN Y CULTURA

DIRECCIÓN GENERAL DE EVALUACIÓN EDUCATIVA Y FORMACIÓN PROFESIONAL

CAMPAÑA Nº 03.02	FORMACIÓN PROFESIONAL, FORMACIÓN DE FUTURO
Objetivo: Dar a conocer la Formación Profesional, haciendo énfasis en el récord histórico de alumnado y el gran número de ciclos formativos que se ofertan.	
Coste estimado: 15.000,00 €	
Período de ejecución: Segundo cuatrimestre	
Medios: Radio, prensa y revistas y redes sociales	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: Jóvenes	
Ámbito: Administración general	

EJE 3: EDUCACIÓN Y JUVENTUD

CONSEJERÍA DE EDUCACIÓN Y CULTURA

DIRECCIÓN GENERAL DE EVALUACIÓN EDUCATIVA Y FORMACIÓN PROFESIONAL

CAMPAÑA Nº 03.03	BACHILLERATOS A LA CARTA
Objetivo: Dar a conocer los diferentes tipos de Bachilleratos que se han impulsado en la Región: de Investigación, Artes, Horarios integrados, Baccaulereat, Internacional, Mares y Bilingüe alemán.	
Coste estimado: 15.000,00 €	
Período de ejecución: Segundo cuatrimestre	
Medios: Radio, prensa y revistas, prensa digital y redes sociales	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: Familias, Jóvenes	
Ámbito: Administración general	

[Escriba aquí]

EJE 3: EDUCACIÓN Y JUVENTUD

CONSEJERÍA DE EDUCACIÓN Y CULTURA

DIRECCIÓN GENERAL DE INNOVACIÓN EDUCATIVA Y ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD

CAMPAÑA Nº 03.04	ATENDIENDO A LA DIVERSIDAD
Objetivo: Dar a conocer a la ciudadanía de la Región de Murcia los programas puestos en marcha desde la Consejería de Educación y Cultura en materia de atención a la diversidad.	
Coste estimado: 15.000,00 €	
Período de ejecución: Tercer cuatrimestre	
Medios: Televisión, radio, medios impresos y redes sociales	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: General	
Ámbito: Administración general	

EJE 4: TECNOLOGÍA E INVESTIGACIÓN

CONSEJERÍA DE ECONOMÍA, HACIENDA Y ADMINISTRACIÓN DIGITAL

DIRECCION GENERAL DE INFORMÁTICA Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL

CAMPAÑA Nº 04.01	PAECARM
Objetivo: Campaña de difusión de las operaciones financiadas por fondos FEDER: 'DGPI-D-2: Servicio de integración de aplicaciones con la plataforma de Administración Electrónica de la CARM (PAECARM Consejerías)' y 'DGPI-D-3: Plataforma para la prestación de servici	
Coste estimado: 15.000,00 €	
Período de ejecución: Tercer cuatrimestre	
Medios: Radio, prensa digital y redes sociales	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: General	
Ámbito: Administración general	

[Escriba aquí]

EJE 4: TECNOLOGÍA E INVESTIGACIÓN

CONSEJERÍA DE ECONOMÍA, HACIENDA Y ADMINISTRACIÓN DIGITAL

FUNDACIÓN INTEGRRA

CAMPAÑA Nº 04.02	CURSOS DE FORMACIÓN ON LINE
Objetivo: Campaña para difundir cursos de la plataforma de formación online de la Fundación Integra entre los ciudadanos de la Región de Murcia y conseguir un mayor número de matriculaciones.	
Coste estimado: 2.500,00 €	
Período de ejecución: Tercer cuatrimestre	
Medios: Prensa digital	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: General	
Ámbito: Sector público	

EJE 4: TECNOLOGÍA E INVESTIGACIÓN

CONSEJERÍA DE ECONOMÍA, HACIENDA Y ADMINISTRACIÓN DIGITAL

FUNDACIÓN INTEGRRA

CAMPAÑA Nº 04.03	FORO DE TECNOLOGÍA EMOCIONAL
Objetivo: Difusión de la segunda edición del Foro de Tecnología Emocional, punto de referencia, reflexión y colaboración sobre las aplicaciones de la tecnología para construir una mejor sociedad para todas las personas.	
Coste estimado: 20.000,00 €	
Período de ejecución: Tercer cuatrimestre	
Medios: Televisión, radio, prensa digital, redes sociales y elementos impresos	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: Profesionales de las áreas sociales y TIC	
Ámbito: Sector público	

[Escriba aquí]

EJE 4: TECNOLOGÍA E INVESTIGACIÓN

CONSEJERÍA DE ECONOMÍA, HACIENDA Y ADMINISTRACIÓN DIGITAL

FUNDACIÓN INTEGRAL

CAMPAÑA Nº 04.04	REPLAY
Objetivo: Campaña para dar difusión del servicio REPLAY (Retransmisión de los Plenos de los Ayuntamientos por Internet) entre la ciudadanía, para que puedan consultar la información que se debate en los plenos de sus municipios y entre los ayuntamientos que quieran	
Coste estimado: 2.500,00 €	
Período de ejecución: Tercer cuatrimestre	
Medios: Prensa, redes sociales y elementos impresos	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: General	
Ámbito: Sector público	

EJE 4: TECNOLOGÍA E INVESTIGACIÓN

CONSEJERÍA DE ECONOMÍA, HACIENDA Y ADMINISTRACIÓN DIGITAL

FUNDACIÓN INTEGRAL

CAMPAÑA Nº 04.05	STEAM INTEGRAL DIGITAL
Objetivo: Campaña para dar difusión de diversas acciones de la iniciativa STEAM INTEGRAL DIGITAL cuyos objetivo es fomentar las vocaciones científico tecnológicas entre los más jóvenes, especialmente entre las niñas.	
Coste estimado: 2.500,00 €	
Período de ejecución: Tercer cuatrimestre	
Medios: Prensa, redes sociales y elementos impresos	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: Docentes,Estudiantes	
Ámbito: Sector público	

[Escriba aquí]

EJE 4: TECNOLOGÍA E INVESTIGACIÓN

CONSEJERÍA DE TRANSPARENCIA, PARTICIPACIÓN Y ADMINISTRACIÓN PÚBLICA

DIRECCIÓN GENERAL DE REGENERACIÓN Y MODERNIZACIÓN ADMINISTRATIVA

CAMPAÑA Nº 04.06	TU SEDE ELECTRÓNICA MÁS FÁCIL
Objetivo: Mejorar el conocimiento de las funcionalidades y herramientas de la sede electrónica de la CARM (http://sede.carm.es) por parte de la ciudadanía y empresas, y dar a conocer las mejoras que actualmente se encuentran diseñando en su accesibilidad y usabilidad	
Coste estimado: 15.000,00 €	
Período de ejecución: Tercer cuatrimestre	
Medios: Radio, prensa digital, redes sociales y exterior	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: General	
Ámbito: Administración general	

EJE 5: INFRAESTRUCTURAS Y SEGURIDAD

CONSEJERÍA DE FOMENTO E INFRAESTRUCTURAS

DIRECCIÓN GENERAL DE MOVILIDAD Y LITORAL

CAMPAÑA Nº 05.01	NUEVO MAPA DE MOVILIDAD COTIDIANA
Objetivo: Dar a conocer un nuevo sistema de movilidad más accesible, tecnológico y ecoeficaz que garantice máxima cobertura territorial a la población y contribuya a reducir las congestiones de tráfico, así como avanzar en una economía baja en carbono y ambientalme	
Coste estimado: 15.000,00 €	
Período de ejecución: Segundo y tercer cuatrimestre	
Medios: Televisión, radio, prensa y revistas, prensa digital y redes sociales	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: General	
Ámbito: Administración general	

[Escriba aquí]

EJE 5: INFRAESTRUCTURAS Y SEGURIDAD

CONSEJERÍA DE FOMENTO E INFRAESTRUCTURAS

DIRECCIÓN GENERAL DE TERRITORIO Y ARQUITECTURA

CAMPAÑA Nº 05.02	MODELO DE CONSTRUCCIÓN Y ARQUITECTURA SOSTENIBLE
Objetivo: Dar a conocer a escolares, familias, particulares, empresas y administraciones públicas las medidas contenidas en el nuevo modelo de construcción y arquitectura sostenible dirigido a fomentar ciudades saludables que mejoren la calidad de vida de las perso	
Coste estimado: 15.000,00 €	
Período de ejecución: Segundo y tercer cuatrimestre	
Medios: Televisión, radio, prensa y revistas, prensa digital y redes sociales	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: General	
Ámbito: Administración general	

EJE 5: INFRAESTRUCTURAS Y SEGURIDAD

CONSEJERÍA DE TRANSPARENCIA, PARTICIPACIÓN Y ADMINISTRACIÓN PÚBLICA

DIRECCIÓN GENERAL DE SEGURIDAD CIUDADANA Y EMERGENCIAS

CAMPAÑA Nº 05.03	MEDIDAS DE SEGURIDAD Y PREVENCIÓN ANTE TERREMOTOS
Objetivo: Consejos ante posibles movimientos sísmicos.	
Coste estimado: 15.000,00 €	
Período de ejecución: Tercer cuatrimestre	
Medios: Televisión, radio, prensa y revistas y prensa digital	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: General	
Ámbito: Administración general	

[Escriba aquí]

EJE 5: INFRAESTRUCTURAS Y SEGURIDAD

CONSEJERÍA DE TRANSPARENCIA, PARTICIPACIÓN Y ADMINISTRACIÓN PÚBLICA

DIRECCIÓN GENERAL DE SEGURIDAD CIUDADANA Y EMERGENCIAS

CAMPAÑA Nº 05.04	CAPTACIÓN DE VOLUNTARIOS DE PROTECCIÓN CIVIL
Objetivo: Campaña dirigida a la captación de voluntarios de Protección Civil para todos los municipios de la región.	
Coste estimado: 15.000,00 €	
Período de ejecución: Segundo y tercer cuatrimestre	
Medios: Televisión, radio, prensa y revistas y prensa digital	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: General	
Ámbito: Administración general	

EJE 5: INFRAESTRUCTURAS Y SEGURIDAD

CONSEJERÍA DE TRANSPARENCIA, PARTICIPACIÓN Y ADMINISTRACIÓN PÚBLICA

DIRECCIÓN GENERAL DE SEGURIDAD CIUDADANA Y EMERGENCIAS

CAMPAÑA Nº 05.05	PREVENCIÓN DE ACCIDENTES EN EL HOGAR DURANTE EL INVIERNO
Objetivo: Difusión de consejos ante olas de frío, nieve, uso de chimeneas, braseros y calefactores.	
Coste estimado: 15.000,00 €	
Período de ejecución: Tercer cuatrimestre	
Medios: Televisión, radio, prensa y revistas y prensa digital	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: General	
Ámbito: Administración general	

[Escriba aquí]

EJE 5: INFRAESTRUCTURAS Y SEGURIDAD

CONSEJERÍA DE TRANSPARENCIA, PARTICIPACIÓN Y ADMINISTRACIÓN PÚBLICA

DIRECCIÓN GENERAL DE SEGURIDAD CIUDADANA Y EMERGENCIAS

CAMPAÑA Nº 05.06	PREVENCIÓN DE INCENDIOS FORESTALES
Objetivo: Concienciar a los ciudadanos sobre el peligro que suponen los incendios forestales, así como las acciones que se pueden llevar a cabo para contribuir a la prevención de los mismos.	
Coste estimado: 15.000,00 €	
Período de ejecución: Segundo cuatrimestre	
Medios: Televisión, radio, prensa y revistas y prensa digital	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: General	
Ámbito: Administración general	

EJE 5: INFRAESTRUCTURAS Y SEGURIDAD

CONSEJERÍA DE TRANSPARENCIA, PARTICIPACIÓN Y ADMINISTRACIÓN PÚBLICA

DIRECCIÓN GENERAL DE SEGURIDAD CIUDADANA Y EMERGENCIAS

CAMPAÑA Nº 05.07	MEDIDAS DE SEGURIDAD Y PREVENCIÓN ANTE INUNDACIONES
Objetivo: Consejos y medidas preventivas para la actuación en caso de inundaciones dirigidas a la población.	
Coste estimado: 15.000,00 €	
Período de ejecución: Tercer cuatrimestre	
Medios: Televisión, radio, prensa y revistas y prensa digital	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: General	
Ámbito: Administración general	

[Escriba aquí]

EJE 5: INFRAESTRUCTURAS Y SEGURIDAD

CONSEJERÍA DE TRANSPARENCIA, PARTICIPACIÓN Y ADMINISTRACIÓN PÚBLICA

DIRECCIÓN GENERAL DE SEGURIDAD CIUDADANA Y EMERGENCIAS

CAMPAÑA Nº 05.08	PLAN COPLA Y PLAN INFOMUR
Objetivo: Consejos a la población e información acerca del Plan de Vigilancia, Rescate en Playas y Salvamento en la Mar de la Región de Murcia (PLAN COPLA) así como del Plan de Protección Civil de Emergencia por Incendios Forestales en la Región de Murcia (PLAN INF)	
Coste estimado: 12.000,00 €	
Período de ejecución: Segundo cuatrimestre	
Medios: Televisión, radio, prensa y revistas y prensa digital	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: General	
Ámbito: Administración general	

EJE 6: POLÍTICAS SOCIALES

CONSEJERÍA DE FOMENTO E INFRAESTRUCTURAS

DIRECCIÓN GENERAL DE VIVIENDA

CAMPAÑA Nº 06.01	AYUDAS PARA LA PROTECCIÓN DEL HOGAR EN LAS CRISIS DEL CORONAVIRUS
Objetivo: Dar a conocer a familias, jóvenes, personas vulnerables, personas en situación de desahucios, constructores y promotores todas las ayudas y servicios para garantizar la permanencia de las familias en sus hogares tras la crisis económica provocada por el c	
Coste estimado: 18.000,00 €	
Período de ejecución: Segundo cuatrimestre	
Medios: Televisión, radio, prensa y revistas, prensa digital y redes sociales	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: Inquilinos	
Ámbito: Administración general	

[Escriba aquí]

EJE 6: POLÍTICAS SOCIALES

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

DIRECCIÓN GENERAL DE FAMILIAS Y PROTECCIÓN DE MENORES

CAMPAÑA Nº 06.02	NO LE DEJES SOLO
Objetivo: Sensibilización de la población y de los ámbitos notificadores para el desarrollo del buen trato a la infancia y la adolescencia.	
Coste estimado: 15.000,00 €	
Período de ejecución: Tercer cuatrimestre	
Medios: No se señala ningún soporte de los propuestos ya que los mismos se seleccionarán por el plan de medios que se encarga por esta Consejería a una empresa especializada	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: General	
Ámbito: Administración general	

EJE 6: POLÍTICAS SOCIALES

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

DIRECCIÓN GENERAL DE MUJER Y DIVERSIDAD DE GÉNERO

CAMPAÑA Nº 06.03	SENSIBILIZACIÓN CONTRA LA VIOLENCIA SEXUAL
Objetivo: Campaña dirigida a sensibilizar acerca del consumo de la pornografía y la prostitución, especialmente entre jóvenes, siendo estos dos de los principales contextos donde se nutre la violencia sexual.	
Coste estimado: 15.000,00 €	
Período de ejecución: Segundo y tercer cuatrimestre	
Medios: No se señala ningún soporte de los propuestos ya que los mismos se seleccionarán por el plan de medios que se encarga por esta Consejería a una empresa especializada	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: General	
Ámbito: Administración general	

[Escriba aquí]

EJE 6: POLÍTICAS SOCIALES

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

DIRECCIÓN GENERAL DE FAMILIAS Y PROTECCIÓN DE MENORES

CAMPAÑA Nº 06.04	QUIERO ACOGERTE
Objetivo: Se pretende la búsqueda de familias que se ofrezcan para el acogimiento permanente de menores tutelados, con características especiales derivadas de su edad, discapacidad y/o antecedentes familiares, para favorecer que se atiendan en un ambiente familiar	
Coste estimado: 15.000,00 €	
Período de ejecución: Tercer cuatrimestre	
Medios: No se señala ningún soporte de los propuestos ya que los mismos se seleccionarán por el plan de medios que se encarga por esta Consejería a una empresa especializada	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: Familias	
Ámbito: Administración general	

EJE 6: POLÍTICAS SOCIALES

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

DIRECCIÓN GENERAL DE MUJER Y DIVERSIDAD DE GÉNERO

CAMPAÑA Nº 06.05	DÍA INTERNACIONAL DEL ORGULLO LGTB
Objetivo: Campaña dirigida a reforzar la visibilidad del colectivo LGTB y avanzar hacia unos derechos plenos.	
Coste estimado: 15.000,00 €	
Período de ejecución: Segundo y tercer cuatrimestre	
Medios: No se señala ningún soporte de los propuestos ya que los mismos se seleccionarán por el plan de medios que se encarga por esta Consejería a una empresa especializada	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: General	
Ámbito: Administración general	

[Escriba aquí]

EJE 6: POLÍTICAS SOCIALES

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

DIRECCIÓN GENERAL DE MUJER Y DIVERSIDAD DE GÉNERO

CAMPAÑA Nº 06.06	PLAN CORRESPONSABLES
Objetivo: Difundir las actuaciones de este plan el cual tiene como objetivo la creación de una red de profesionales de cuidadores de menores de 14 años, que atiendan a estos mientras los progenitores trabajan.	
Coste estimado: 15.000,00 €	
Período de ejecución: Segundo y tercer cuatrimestre	
Medios: No se señala ningún soporte de los propuestos ya que los mismos se seleccionarán por el plan de medios que se encarga por esta Consejería a una empresa especializada	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: General	
Ámbito: Administración general	

EJE 6: POLÍTICAS SOCIALES

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

DIRECCIÓN GENERAL DE MUJER Y DIVERSIDAD DE GÉNERO

CAMPAÑA Nº 06.07	VIOLENCIA DE GÉNERO
Objetivo: Su objetivo es concienciar a la población acerca de la violencia de género, así como dar a conocer los sistemas de protección de que disponen las mujeres que la sufren.	
Coste estimado: 15.000,00 €	
Período de ejecución: Segundo y tercer cuatrimestre	
Medios: No se señala ningún soporte de los propuestos ya que los mismos se seleccionarán por el plan de medios que se encarga por esta Consejería a una empresa especializada	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: General	
Ámbito: Administración general	

[Escriba aquí]

EJE 6: POLÍTICAS SOCIALES

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

DIRECCIÓN GENERAL DE MUJER Y DIVERSIDAD DE GÉNERO

CAMPAÑA Nº 06.08	POR UNA SOCIEDAD INCLUSIVA Y TOLERANTE
Objetivo: Combatir la discriminación y la desigualdad. Defender el derecho de las personas a mostrarse tal como son, independientemente de su origen nacional o étnico, ideología, identidad sexual, sexo o género, religión o capacidades intelectuales o físicas para	
Coste estimado: 15.000,00 €	
Período de ejecución: Tercer cuatrimestre	
Medios: No se señala ningún soporte de los propuestos ya que los mismos se seleccionarán por el plan de medios que se encarga por esta Consejería a una empresa especializada	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: General	
Ámbito: Administración general	

EJE 6: POLÍTICAS SOCIALES

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

DIRECCIÓN GENERAL DE SERVICIOS SOCIALES Y RELACIONES CON EL TERCER SECTOR

CAMPAÑA Nº 06.09	EL SISTEMA PÚBLICO DE SERVICIOS SOCIALES
Objetivo: Explicar las actuaciones que se realizan desde el sistema públicos de servicios sociales, su acceso, localización y que servicios ofrecen. Que la ciudadanía conozca las diferentes prestaciones. Trasladar la red de servicios y equipamientos.	
Coste estimado: 15.000,00 €	
Período de ejecución: Tercer cuatrimestre	
Medios: No se señala ningún soporte de los propuestos ya que los mismos se seleccionarán por el plan de medios que se encarga por esta Consejería a una empresa especializada	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: General	
Ámbito: Administración general	

[Escriba aquí]

EJE 6: POLÍTICAS SOCIALES

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

DIRECCIÓN GENERAL DE FAMILIAS Y PROTECCIÓN DE MENORES

CAMPAÑA Nº 06.10	QUIERO CUIDARTE
Objetivo: Se pretende la búsqueda de familias que se ofrezcan para el acogimiento urgencia diagnóstico de menores tutelados de 0 a 3 años, para favorecer que se atiendan en un ambiente familiar que favorezca su desarrollo.	
Coste estimado: 15.000,00 €	
Período de ejecución: Tercer cuatrimestre	
Medios: No se señala ningún soporte de los propuestos ya que los mismos se seleccionarán por el plan de medios que se encarga por esta Consejería a una empresa especializada	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: Familias	
Ámbito: Administración general	

EJE 6: POLÍTICAS SOCIALES

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

GERENCIA DEL INSTITUTO MURCIANO DE ACCIÓN SOCIAL

CAMPAÑA Nº 06.11	MEJORA DE LA EMPLEABILIDAD PARA PERSONAS EN SITUACIÓN DE EXCLUSIÓN SOCIAL
Objetivo: Dar a conocer los programas de mejora de la empleabilidad para personas en situación de vulnerabilidad social, financiados por el IMAS y el FSE.	
Coste estimado: 0,00 €	
Período de ejecución: Segundo cuatrimestre	
Medios: No se señala ningún soporte de los propuestos ya que los mismos se seleccionarán por el plan de medios que se encarga por esta Consejería a una empresa especializada	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: Jóvenes	
Ámbito: Sector público	

[Escriba aquí]

EJE 6: POLÍTICAS SOCIALES

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

GERENCIA DEL INSTITUTO MURCIANO DE ACCIÓN SOCIAL

CAMPAÑA Nº 06.12	DIFUSIÓN DEL NUEVO CONTRATO SAD REGIONAL PARA PERSONAS MAYORES
Objetivo: Con motivo de la firma del nuevo contrato regional del Servicio de Ayuda a Domicilio (SAD) para personas mayores, se propone difundir el servicio cubierto por dicho contrato.	
Coste estimado: 0,00 €	
Período de ejecución: Tercer cuatrimestre	
Medios: No se señala ningún soporte de los propuestos ya que los mismos se seleccionarán por el plan de medios que se encarga por esta Consejería a una empresa especializada	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: Tercera edad	
Ámbito: Sector público	

EJE 6: POLÍTICAS SOCIALES

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

GERENCIA DEL INSTITUTO MURCIANO DE ACCIÓN SOCIAL

CAMPAÑA Nº 06.13	DÍA INTERNACIONAL DE LAS PERSONAS MAYORES
Objetivo: Con motivo de la conmemoración del Día Internacional de las Personas Mayores, se propone campaña de sensibilización sobre las personas mayores, su situación y las barreras que les impiden participar y ejercer sus derechos en igualdad de condiciones que el	
Coste estimado: 0,00 €	
Período de ejecución: Tercer cuatrimestre	
Medios: No se señala ningún soporte de los propuestos ya que los mismos se seleccionarán por el plan de medios que se encarga por esta Consejería a una empresa especializada	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: General	
Ámbito: Sector público	

[Escriba aquí]

EJE 6: POLÍTICAS SOCIALES

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

GERENCIA DEL INSTITUTO MURCIANO DE ACCIÓN SOCIAL

CAMPAÑA Nº 06.14	DÍA INTERNACIONAL DE LAS PERSONAS CON DISCAPACIDAD
Objetivo: Con motivo de la conmemoración del Día Internacional de las Personas con Discapacidad, se propone campaña de sensibilización sobre las barreras sociales que impiden a las personas con discapacidad participar y ejercer sus derechos en igualdad de condición	
Coste estimado: 0,00 €	
Período de ejecución: Tercer cuatrimestre	
Medios: No se señala ningún soporte de los propuestos ya que los mismos se seleccionarán por el plan de medios que se encarga por esta Consejería a una empresa especializada	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: General	
Ámbito: Sector público	

EJE 6: POLÍTICAS SOCIALES

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

GERENCIA DEL INSTITUTO MURCIANO DE ACCIÓN SOCIAL

CAMPAÑA Nº 06.15	ACTUACIONES CONTRA LA SOLEDAD NO DESEADA EN LAS PERSONAS MAYORES
Objetivo: Dar a conocer las actuaciones que se llevan a cabo desde el IMAS contra la soledad no deseada en las personas mayores.	
Coste estimado: 0,00 €	
Período de ejecución: Tercer cuatrimestre	
Medios: No se señala ningún soporte de los propuestos ya que los mismos se seleccionarán por el plan de medios que se encarga por esta Consejería a una empresa especializada	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: General	
Ámbito: Sector público	

[Escriba aquí]

EJE 6: POLÍTICAS SOCIALES

CONSEJERIA DE PRESIDENCIA, TURISMO Y DEPORTES

DIRECCIÓN GENERAL DE JUVENTUD

CAMPAÑA Nº 06.16	PROMOCIÓN DE LA IGUALDAD Y LA DIVERSIDAD EN LOS JOVENES
Objetivo: Campaña dirigida a jóvenes con el objetivo de fomentar actitudes positivas ante la diversidad, eliminando la discriminación por razón del sexo, origen, capacidades u orientación sexual, entre otras.	
Coste estimado: 15.000,00 €	
Período de ejecución: Segundo y tercer cuatrimestre	
Medios: Televisión, radio, prensa digital, redes sociales, elementos impresos y exterior	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: Jóvenes	
Ámbito: Administración general	

EJE 6: POLÍTICAS SOCIALES

CONSEJERÍA DE TRANSPARENCIA, PARTICIPACIÓN Y ADMINISTRACIÓN PÚBLICA

DIRECCIÓN GENERAL DE GOBIERNO ABIERTO Y COOPERACIÓN

CAMPAÑA Nº 06.17	DIFUSIÓN DE ACTUACIONES DE LA COOPERACIÓN MURCIANA PARA LUCHAR CONTRA LOS EFECTOS DE LA COVID EN EL MUNDO
Objetivo: Dar a conocer las actuaciones en materia de ayuda humanitaria y cooperación al desarrollo financiadas por la Administración Regional, a través de Organizaciones No Gubernamentales para el Desarrollo (ONGD) y que tienen por finalidad contribuir a la lucha	
Coste estimado: 15.000,00 €	
Período de ejecución: Segundo cuatrimestre	
Medios: Radio, prensa y revistas y redes sociales	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: General	
Ámbito: Administración general	

[Escriba aquí]

EJE 7: AGUA Y AGRICULTURA

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

SECRETARÍA GENERAL DE LA CONSEJERÍA DE AGUA, AGRICULTURA, GANADERÍA,
PESCA Y MEDIO AMBIENTE

CAMPAÑA Nº 07.01	PROMOCIÓN DEL PIMIENTO DE LA REGIÓN DE MURCIA
Objetivo: Campaña dirigida a inventivar el consumo de pimiento de la Región de Murcia.	
Coste estimado: 18.000,00 €	
Período de ejecución: Primer cuatrimestre	
Medios: Televisión, radio, redes sociales y elementos impresos	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: General	
Ámbito: Administración general	

EJE 7: AGUA Y AGRICULTURA

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

SECRETARÍA GENERAL DE LA CONSEJERÍA DE AGUA, AGRICULTURA, GANADERÍA,
PESCA Y MEDIO AMBIENTE

CAMPAÑA Nº 07.02	PROMOCIÓN DEL CONEJO DE LA REGIÓN DE MURCIA
Objetivo: Campaña en medios de comunicación en colaboración con la Interprofesional del Conejo (INTERCUN) utilizando los materiales audiovisuales de que dispone la propia Interprofesional.	
Coste estimado: 18.000,00 €	
Período de ejecución: Primer cuatrimestre	
Medios: Televisión, radio y redes sociales	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: General	
Ámbito: Administración general	

[Escriba aquí]

EJE 7: AGUA Y AGRICULTURA

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

SECRETARÍA GENERAL DE LA CONSEJERÍA DE AGUA, AGRICULTURA, GANADERÍA,
PESCA Y MEDIO AMBIENTE

CAMPAÑA Nº 07.03	PROMOCIÓN DE LA FRUTA DE HUESO DE LA REGIÓN DE MURCIA
Objetivo: Campaña dirigida a difundir las cualidades de la fruta de hueso de la Región de Murcia especialmente entre responsables de compras de diversos mercados.	
Coste estimado: 18.000,00 €	
Período de ejecución: Primer cuatrimestre	
Medios: Redes sociales y elementos impresos	
Zona de influencia: Europa	
Población objetivo: General	
Ámbito: Administración general	

EJE 7: AGUA Y AGRICULTURA

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

DIRECCIÓN GENERAL DE INDUSTRIA ALIMENTARIA Y COOPERATIVISMO AGRARIO

CAMPAÑA Nº 07.04	PROGRAMA ESCOLAR CONSUMO DE FRUTAS Y HORTALIZAS DE LA REGIÓN DE MURCIA
Objetivo: Como complemento al Programa de Distribución de frutas y hortalizas en los centros escolares de la Región de Murcia, la campaña de comunicación refuerza el consumo con mensajes dirigidos a cada uno de los públicos que participan.	
Coste estimado: 15.000,00 €	
Período de ejecución: Segundo cuatrimestre	
Medios: Televisión, radio, redes sociales y elementos impresos	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: Docentes, Familias, Niños	
Ámbito: Administración general	

[Escriba aquí]

EJE 8: MEDIO AMBIENTE

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

DIRECCIÓN GENERAL DEL MEDIO NATURAL

CAMPAÑA Nº 08.01	Y YO QUÉ HAGO
Objetivo: Fomentar la participación de la ciudadanía en acciones concretas que ayuden a proteger espacios naturales de la Región de Murcia, y muy especialmente el Mar Menor, al tiempo que se conocen las características y peculiaridades de especies y entornos que en	
Coste estimado: 15.000,00 €	
Período de ejecución: Primer y segundo cuatrimestre	
Medios: Redes sociales y elementos impresos	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: General	
Ámbito: Administración general	

EJE 8: MEDIO AMBIENTE

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

DIRECCIÓN GENERAL DE MEDIO AMBIENTE

CAMPAÑA Nº 08.02	BUENAS PRÁCTICAS EMPRESARIALES
Objetivo: Se pretende dar difusión a la guías elaboradas relativas a buenas prácticas empresariales en el marco del denominado consumo sostenible, buenas prácticas ambientales para talleres de automóviles y buenas prácticas para gestores de vehículos. Se persigue	
Coste estimado: 15.000,00 €	
Período de ejecución: Tercer cuatrimestre	
Medios: Redes sociales y otros	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: Empresarios	
Ámbito: Administración general	

[Escriba aquí]

EJE 8: MEDIO AMBIENTE

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

DIRECCIÓN GENERAL DE MEDIO AMBIENTE

CAMPAÑA Nº 08.03	CONSUMO RESPONSABLE EN EL HOGAR
Objetivo: Se pretende dar difusión a la guía elaborada relativa a buenas prácticas domésticas en el marco del denominado consumo sostenible. Se persigue la sensibilización del consumidor para la reducción y prevención de la producción de residuos.	
Coste estimado: 14.000,00 €	
Período de ejecución: Tercer cuatrimestre	
Medios: Redes sociales	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: Asociaciones de consumo, Asociaciones vecinales, General	
Ámbito: Administración general	

EJE 8: MEDIO AMBIENTE

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

DIRECCIÓN GENERAL DE MEDIO AMBIENTE

CAMPAÑA Nº 08.04	CONSUMO SOSTENIBLE EN EL SECTOR EMPRESARIAL
Objetivo: Se pretende dar difusión a la guía elaborada relativa a buenas prácticas empresariales en el marco del denominado consumo sostenible. Se persigue la sensibilización del sector empresarial para la reducción y prevención de la producción de residuos, median	
Coste estimado: 12.000,00 €	
Período de ejecución: Tercer cuatrimestre	
Medios: Redes sociales y otros	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: Asociaciones empresariales	
Ámbito: Administración general	

[Escriba aquí]

EJE 8: MEDIO AMBIENTE

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

DIRECCIÓN GENERAL DE MEDIO AMBIENTE

CAMPAÑA Nº 08.05	GESTIÓN DE RESIDUOS
Objetivo: Se pretende dar difusión a las guías elaboradas relativas a buenas prácticas de separación de residuos y de biorresiduos, así como a la promoción de la contratación ecológica (de criterios medioambientales) en los pliegos de contratos que celebre la Admi	
Coste estimado: 12.000,00 €	
Período de ejecución: Tercer cuatrimestre	
Medios: Redes sociales y otros	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: Personal de las Administraciones Públicas	
Ámbito: Administración general	

EJE 9: PARTICIPACIÓN CIUDADANA Y FECHAS CONMEMORATIVAS

CONSEJERÍA DE TRANSPARENCIA, PARTICIPACIÓN Y ADMINISTRACIÓN PÚBLICA

DIRECCIÓN GENERAL DE GOBIERNO ABIERTO Y COOPERACIÓN

CAMPAÑA Nº 09.01	DIFUSIÓN Y PROMOCIÓN DE LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE (ODS)
Objetivo: Campaña cuyo fin es dar a conocer a la ciudadanía los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) en la Región de Murcia.	
Coste estimado: 15.000,00 €	
Período de ejecución: Segundo cuatrimestre	
Medios: Radio, prensa digital y redes sociales	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: General	
Ámbito: Administración general	

[Escriba aquí]

EJE 9: PARTICIPACIÓN CIUDADANA Y FECHAS CONMEMORATIVAS

CONSEJERÍA DE TRANSPARENCIA, PARTICIPACIÓN Y ADMINISTRACIÓN PÚBLICA

DIRECCIÓN GENERAL DE GOBIERNO ABIERTO Y COOPERACIÓN

CAMPAÑA Nº 09.02	FOMENTO DE LA PARTICIPACIÓN JUVENIL EN LOS ASUNTOS PÚBLICOS
Objetivo: Fomentar la participación de los más jóvenes en la toma de decisiones públicas, dando a conocer los procesos e instrumentos de participación ciudadana que existen en el diseño y evaluación de las políticas sectoriales que les afecta.	
Coste estimado: 15.000,00 €	
Período de ejecución: Tercer cuatrimestre	
Medios: Radio, redes sociales y exterior	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: Jóvenes	
Ámbito: Administración general	

EJE 9: PARTICIPACIÓN CIUDADANA Y FECHAS CONMEMORATIVAS

CONSEJERÍA DE TRANSPARENCIA, PARTICIPACIÓN Y ADMINISTRACIÓN PÚBLICA

DIRECCIÓN GENERAL DE GOBIERNO ABIERTO Y COOPERACIÓN

CAMPAÑA Nº 09.03	DIFUSIÓN Y PROMOCIÓN DE LA TRANSPARENCIA
Objetivo: Campaña que tiene como finalidad dar a conocer los mecanismos e instrumentos que tiene la ciudadanía para acceder a la información pública y en especial, acercar el portal de transparencia a la ciudadanía.	
Coste estimado: 15.000,00 €	
Período de ejecución: Tercer cuatrimestre	
Medios: Televisión, radio y redes sociales	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: General	
Ámbito: Administración general	

[Escriba aquí]

EJE 9: PARTICIPACIÓN CIUDADANA Y FECHAS CONMEMORATIVAS

CONSEJERIA DE PRESIDENCIA, TURISMO Y DEPORTES

DIRECCIÓN GENERAL DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL

CAMPAÑA Nº 09.04	DÍA DE LA REGIÓN
Objetivo: 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	
Coste estimado: 18.000,00 €	
Período de ejecución: Segundo cuatrimestre	
Medios: Televisión, radio, prensa y revistas y prensa digital	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: General	
Ámbito: Administración general	

EJE 10: CULTURA Y TURISMO

CONSEJERÍA DE EDUCACIÓN Y CULTURA

DIRECCIÓN GENERAL DE BIENES CULTURALES

CAMPAÑA Nº 10.01	FOMENTO DE LA LECTURA
Objetivo: Fomentar la práctica de la lectura por parte de los ciudadanos de la Región de Murcia, con especial incidencia en los jóvenes, así como difundir la actividad que lleva a cabo la Red Regional de Bibliotecas Públicas.	
Coste estimado: 18.000,00 €	
Período de ejecución: Primer cuatrimestre	
Medios: Televisión, radio y prensa y revistas	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: General	
Ámbito: Administración general	

[Escriba aquí]

EJE 10: CULTURA Y TURISMO

CONSEJERÍA DE EDUCACIÓN Y CULTURA

DIRECCIÓN GENERAL DE BIENES CULTURALES

CAMPAÑA Nº 10.02	RECUPERANDO NUESTRO LEGADO
Objetivo: Mostrar las principales actuaciones que se han realizado de recuperación del patrimonio artístico e histórico en la Región.	
Coste estimado: 15.000,00 €	
Período de ejecución: Tercer cuatrimestre	
Medios: Televisión y prensa digital	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: General	
Ámbito: Administración general	

EJE 10: CULTURA Y TURISMO

CONSEJERÍA DE EDUCACIÓN Y CULTURA

DIRECCIÓN GENERAL DE BIENES CULTURALES

CAMPAÑA Nº 10.03	REGIÓN DE MURCIA: PATRIMONIO DE LA HUMANIDAD
Objetivo: Dar a conocer los patrimonios de la humanidad que la UNESCO ha reconocido en la Región de Murcia: Dieta Mediterránea, Flamenco, Pinturas Rupestres, Consejo de Hombres Buenos, Tamboradas de Moratalla y Mula y Caballos del Vino.	
Coste estimado: 15.000,00 €	
Período de ejecución: Primer cuatrimestre	
Medios: Televisión, radio y redes sociales	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: General	
Ámbito: Administración general	

[Escriba aquí]

EJE 10: CULTURA Y TURISMO

CONSEJERIA DE PRESIDENCIA, TURISMO Y DEPORTES

DIRECCIÓN GENERAL DE JUVENTUD

CAMPAÑA Nº 10.04	PROMOCIÓN II FESTIVAL ESTREN-ARTE
Objetivo: Campaña de promoción de Jóvenes Creadores ESTREN-ARTE.	
Coste estimado: 15.000,00 €	
Período de ejecución: Segundo y tercer cuatrimestre	
Medios: Televisión, radio, prensa y revistas, prensa digital, redes sociales, elementos impresos y exterior	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: Jóvenes	
Ámbito: Administración general	

EJE 10: CULTURA Y TURISMO

CONSEJERIA DE PRESIDENCIA, TURISMO Y DEPORTES

DIRECCIÓN GENERAL DE DEPORTES

CAMPAÑA Nº 10.05	REGIÓN DE MURCIA, CAPITAL MUNDIAL DE LOS DEPORTES AGUA 2023
Objetivo: Campaña para la difusión de Región de Murcia, Capitalidad Mundial del Deportes de Agua 2023.	
Coste estimado: 15.000,00 €	
Período de ejecución: Primer cuatrimestre	
Medios: Televisión, radio, prensa, digital y redes sociales	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: General	
Ámbito: Administración general	

[Escriba aquí]

EJE 10: CULTURA Y TURISMO

CONSEJERIA DE PRESIDENCIA, TURISMO Y DEPORTES

INSTITUTO DE TURISMO DE LA REGIÓN DE MURCIA (ITREM)

CAMPAÑA Nº 10.06	PROMOCIÓN TURÍSTICA 2021
Objetivo: Campañas de promoción de los atractivos turísticos de la Región de Murcia a nivel internacional, nacional y regional.	
Coste estimado: 2.338.000,00 €	
Período de ejecución: Anual	
Medios: Televisión, radio, prensa y revistas, prensa digital, redes sociales, compra programática, cine, elementos impresos y exterior	
Zona de influencia: Europa	
Población objetivo: General	
Ámbito: Sector público	