40 AÑOS AUTONOMÍA REGIÓN DE MURCIA 1982 2022

EXTRACTO DE DOCUMENTOS CONTENIDOS EN EL EXPEDIENTE RELATIVO A:

CONSEJO DE GOBIERNO: SESIÓN DE 08/09/2022

CONSEJERÍA DE PRESIDENCIA, TURISMO CULTURA Y DEPORTES.

PUNTO DEL ORDEN DEL DÍA: 9

ASUNTO: Aprobación del Plan de Comunicación y Publicidad Institucional 2022 de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia.

Orden	Nombre del documento	Tipo de acceso (total / parcial / reservado)	Motivación del acceso parcial o reservado
01.	Plan anual de Comunicación y Publicidad Institucional 2022.	TOTAL	
02.	Certificado del Secretario del Consejo de Publicidad y Comunicación Institucional.	TOTAL	
03.	Informe jurídico.	TOTAL	
04.	Propuesta de elevación a Consejo de Gobierno.	TOTAL	
05.	Certificación del Consejo de Gobierno.	TOTAL	

Según lo establecido en el artículo 14.3.c) de la Ley 12/2014, de 16 de diciembrede 2014, de Transparencia y Participación Ciudadana de la Región de Murcia y siguiendo las instrucciones establecidas por la Comisión de Secretarios Generales de 21 de diciembre de 2015, se propone el límite de acceso a los documentos arriba indicados y su correspondiente motivación.

LA JEFA DE SERVICIO JURÍDICO

Fdo.: Esther García Losilla
(Documento firmado electrónicamente al margen)

GARCIA LOS LLA. ESTHER 09/09/2022 10:58:27
Este 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 30/2015. 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 del código seguro de verificación

2022

PLAN ANUAL DE COMUNICACIÓN Y PUBLICIDAD INSTITUCIONAL

Región de Murcia

Región de Murcia
Consejería de Presidencia,
Turismo, Cultura y Deportes

Dirección General
de Comunicación Institucional

40 AÑOS AUTONOMÍA REGIÓN DE MURCIA 1982 2022

Edita:
Consejería de Presidencia, Turismo, Cultura y Deportes
Palacio de San Esteban
Acisclo Díaz, s/n, 30071 (Murcia)

Fecha de edición:
Julio de 2022

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 ____ 28
ANEXO ____ 33

PRESENTACIÓN

El Plan de Comunicación y Publicidad Institucional 2022 es el documento que contiene las líneas maestras de las acciones que en materia de comunicación publicitaria tiene previsto realizar la Administración Regional y que se confecciona en cumplimiento de lo emanado por la ley autonómica que regula estas acciones institucionales.

Un Plan de Comunicación y Publicidad Institucional de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia para el año 2022 que incluye tanto las campañas previstas desde las diferentes Consejerías, como las propuestas por los diferentes entes y organismos que de ellas dependen.

Este documento se ha redactado teniendo en cuenta las condiciones socio-económicas actuales y las previsiones que en estos momentos se barajan para el segundo semestre del ejercicio 2022. De igual forma, el presente plan debe ser una herramienta indispensable con la que fomentar y potenciar mediante las distintas campañas publicitarias, las posibilidades empresariales con las que cuenta la Región de Murcia. Características todas ellas que debemos poner de relieve con el único fin de situar a la Región de Murcia en un escalafón desde el que afrontar con más garantías esas turbulencias económicas que se atisban en el medio plazo.

De igual forma, tanto la acción comunicativa como la planificación publicitaria siguen escrupulosamente lo establecido por la legislación autonómica, justificándose todas las campañas previstas por razones de interés público al tiempo que se ajustan a las exigencias derivadas de los principios básicos de lealtad institucional, compromiso, veracidad, transparencia, eficacia y austeridad en el gasto.

Con este Plan el Gobierno Regional continúa afianzando su compromiso con una política de transparencia real en materia de comunicación institucional y con esa cercanía, tan demandada por la sociedad actual, hacia todos los ciudadanos de la Región de Murcia.

Marcos Ortuño Soto
Consejero de Presidencia, Turismo, Cultura 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.

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

Así, la Ley 13/2018, de 29 de noviembre, de Comunicación y Publicidad Institucional de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia, en su artículo 12 impone legalmente a la administración la obligación de elaborar un *Plan Anual de Comunicación y Publicidad Institucional* en el que se incluyan todas las campañas de comunicación y publicidad institucional que se prevea desarrollar por nuestra Administración Pública en un concreto ejercicio, en este caso durante el año 2022. 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.

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

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

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

La presente planificación trata de garantizar la utilidad pública de la información que se facilita sobre comunicación y publicidad institucional, al circunscribirla al estricto servicio de las necesidades e intereses de los ciudadanos, asegurar la máxima eficacia y aprovechamiento de los recursos públicos, así como de fortalecer la transparencia en comunicación institucional como principio propio del

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.

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 2022.

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

Además, y aunque la ley solo exige la inclusión de las campañas a llevar a cabo por los entes y organismos integrados en el concepto normativo de Administración Pública de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia, 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.

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

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

II. EL RÉGIMEN JURÍDICO

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

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

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

Sin ánimo exhaustivo, a título de ejemplo y en relación con los principios generales que deben observarse, la ley prevé que las campañas institucionales de publicidad y comunicación se desarrollen exclusivamente cuando concurran razones de interés público y en el ejercicio de competencias 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 han de desarrollarse cuando concurran razones de interés público y deben estar al servicio de las necesidades e intereses de los ciudadanos, facilitando el ejercicio de sus derechos y promoviendo el cumplimiento de sus deberes.

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

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

Las prohibiciones en comunicación institucional se concretan en el artículo 10 en el que se prohíben expresamente las campañas institucionales que tengan como finalidad destacar los logros de gestión o los objetivos alcanzados por los sujetos que las impulsan; que manifiestamente menoscaben, obstaculicen o perturben las políticas públicas o cualquier actuación legítimamente realizada por otro poder público en el ejercicio de sus competencias; que incluyan mensajes discriminatorios, sexistas o contrarios a los principios, valores y derechos constitucionales, y que inciten, de forma directa o indirecta, a la violencia o a comportamientos contrarios al

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.

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

Si bien a lo largo de 2022 no se producirá la celebración de proceso electoral de competencia autonómica, 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.

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

Finalmente, 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.

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

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 2023.

III. CONTENIDO DEL PLAN

La previsión para este año 2022 es la realización de **un total de 84 campañas publicitarias** a propuesta de las diferentes 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.

En el caso del Instituto de Turismo de la Región de Murcia (ITREM) dado que realiza a lo largo del año múltiples campañas, a efectos de este Plan se contabiliza una campaña por dicho ente, sin desagregar.

Es importante anotar que el Plan sólo incluye las campañas de publicidad institucional que se tenga previsto realizar a lo largo del año 2022, ya que no todo el contenido de la comunicación institucional es susceptible de planificación. 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 2022 es de 84, 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 del ITREM que contabiliza 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 Asamblea Regional.

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 2022 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 1. Empleo y Economía*** con 17 campañas y el ***Eje 6. Políticas Sociales*** con 16 campañas. Le siguen el, el ***Eje 4. Tecnología e Investigación*** con 12 y el ***Eje 9. Participación Ciudadana y Fechas conmemorativas*** con 10 campañas.

Gráfico 1. Número de campañas por Ejes

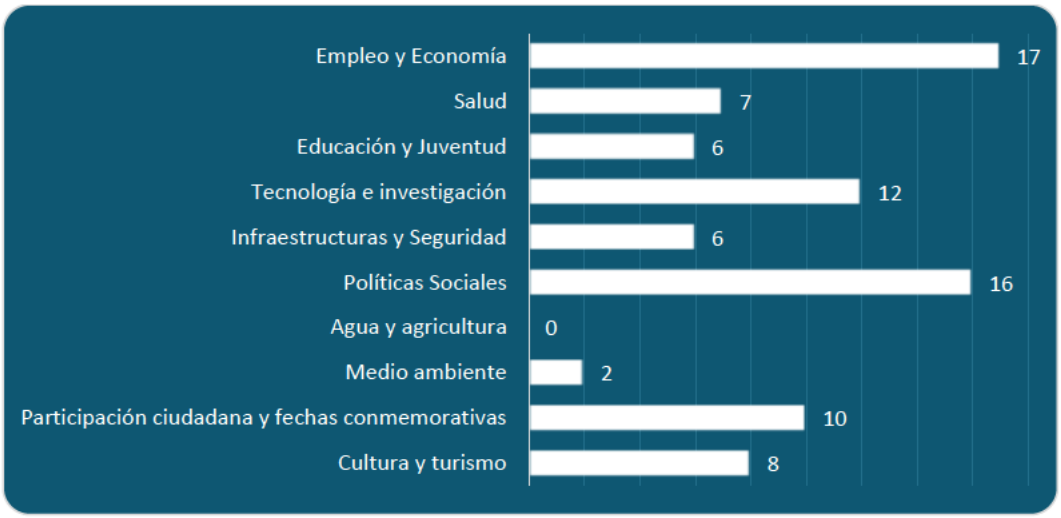
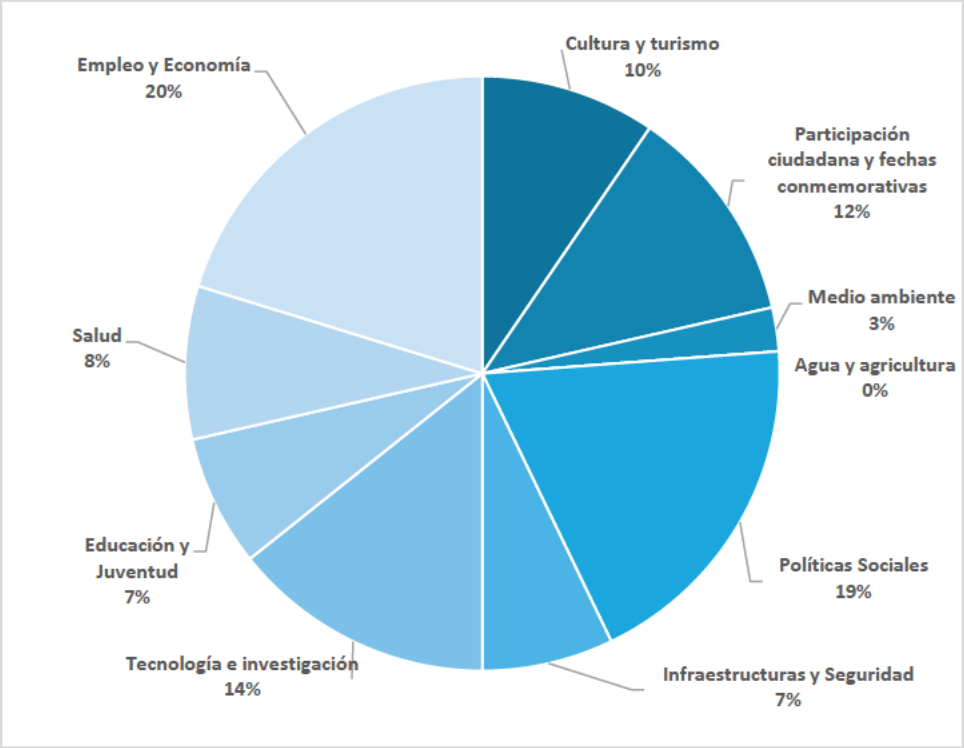


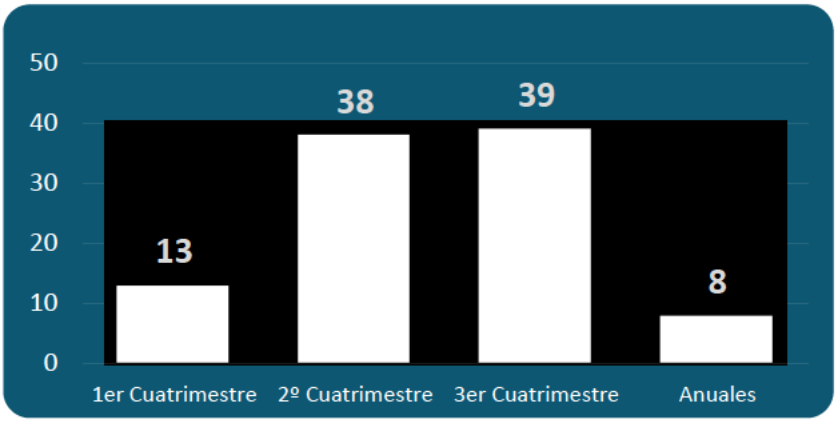
Gráfico 2. Porcentaje de número de campañas por Ejes



En lo referente al periodo de ejecución de las campañas, 8 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.

90 de ellas 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:

- 40 ANIVERSARIO DEL ESTATUTO DE AUTONOMÍA DE LA REGIÓN DE MURCIA
- LUCHA CONTRA LA BRECHA SALARIAL
- FORO DE TRANSFORMACIÓN DIGITAL EN LA ADMINISTRACIÓN PÚBLICA
- STEAM INTEGRA DIGITAL
- FORO DE TRANSFORMACIÓN DIGITAL EN EDUCACIÓN
- FORO DE TECNOLOGÍA EMOCIONAL
- PROMOCIÓN DEL VOLUNTARIADO
- EXTUTELADOS
- DÍA INTERNACIONAL DE LA MUJER
- DÍA INTERNACIONAL DEL ORGULLO DE LESBIANAS, GAYS, TRANSEXUALES Y BISEXUALES
- DÍA INTERNACIONAL DE LAS MUJERES RURALES
- DÍA INTERNACIONAL PARA LA ELIMINACIÓN DE LA VIOLENCIA CONTRA LA MUJER
- CONTRA EL RACISMO Y LA XENOFOBIA
- DÍA INTERNACIONAL DE LAS PERSONAS CON DISCAPACIDAD
- DÍA INTERNACIONAL DE LAS PERSONAS MAYORES
- DIA INTERNACIONAL CONTRA LA DISCRIMINACION RACIAL
- DÍA DE EUROPA 2022
- OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE

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:

- CANALES TELEMÁTICOS DE LA ATRM

- PERIODO VOLUNTARIO DE PAGO Y FOMENTO DE LA DOMICILIACIÓN ATRM
- AYUDAS RETO DEMOGRÁFICO
- TRABAJADORES AUTÓNOMOS
- ECONOMÍA SOCIAL
- 20 ANIVERSARIO DEL SEF
- ACTIVA CASH RURAL
- PLANES DE COOPERACIÓN ECONOMICA CON MUNICIPIOS
- ICUAM: ACREDÍTATE
- ELECCIONES A CONSEJOS ESCOLARES DE CENTRO
- DIFUSIÓN DE OPERACIONES FEDER
- FORO DE INNOVACIÓN Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL EN SALUD
- SEGURIDAD INDUSTRIAL
- PLAN COPLA Y PLAN INFOMUR
- APP 112
- MOVIBUS - MOVILIDAD COTIDIANA
- DERECHOS DE LA INFANCIA
- DATOS ABIERTOS COMO GENERADOR DE UN DESARROLLO SOSTENIBLE
- PLATAFORMA DE PARTICIPACIÓN CIUDADANA
- PROCESO PARTICIPATIVO SOBRE EL PACTO POR LAS INFRAESTRUCTURAS DE LA REGIÓN DE MURCIA
- FESTIVAL ESTRENARTE

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:

- PROGRAMAS OPERATIVOS FEDER Y FSE
- ALBERGUES JUVENILES
- PILOTO 5K-10K
- CURSOS DE FORMACIÓN ONLINE
- ACOGIMIENTO FAMILIAR
- CARPETA EMPRESARIAL

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

- CENTRO DE ORIENTACIÓN, EMPRENDIMIENTO E INNOVACIÓN PARA EL EMPLEO
- EMPLEO JOVEN
- CONTRA LA PRECARIEDAD LABORAL
- ESCUELAS OFICIALES DE IDIOMAS
- FORMACIÓN PROFESIONAL
- CONCILIACIÓN EN LA ESCUELA
- REPLAY
- CONTRA EL MALTRATO INFANTIL
- SERVICIOS SOCIALES
- EL CUIDADO DE LOS MAYORES
- AYUDAS PARA LA PROTECCIÓN DEL HOGAR
- SEDE ELECTRÓNICA MÁS FÁCIL
- CITA PREVIA MÁS FÁCIL

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:

- REDUCCIÓN DE LA SINIESTRALIDAD LABORAL EN EL USO DE CARRETILLAS ELEVADORAS
- LOS RIESGOS PSICOSOCIALES TAMBIÉN SON RIESGOS LABORALES
- CONCIENCIACIÓN COVID
- VACUNACIÓN CONTRA LA GRIPE
- MOSQUITO TIGRE
- OBESIDAD INFANTIL
- CONCIENCIACIÓN SALUD MENTAL

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

- NUEVO MODELO TERRITORIAL, DE CONSTRUCCIÓN Y ARQUITECTURA SOSTENIBLE

i) Difundir ofertas de empleo público.

- AYUDAS PÚBLICAS PROGRAMA INVESTIGO

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

- CONTRA EL ODIO Y LA DISCRIMINACIÓN
- PREVENCIÓN DE INCENDIOS FORESTALES

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

- PROMOCIÓN DE LA ARTESANÍA
- REGIÓN DE MURCIA, REGIÓN DE COMPRAS
- HUMEDAL DE "EL CARMOLÍ
- DÍA DE LA REGIÓN
- TURISMO DE CALIDAD
- REGIÓN DE MURCIA, REGIÓN DE LETRAS
- I JUEGOS NACIONALES DEL AGUA
- REGIÓN DE MURCIA TAURINA

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
- PLAN COMPLEMENTARIO DE AGROALIMENTACIÓN
- PLAN COMPLEMENTARIO DE CIENCIAS MARINAS

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:

- MARCA COMERCIO SELECTO
- CENTRO DE CUALIFICACIÓN TURÍSTICA Y SUS ACCIONES
- 1.001 SABORES Y PASAPORTE GASTRONÓMICO
- PROMOCIÓN TURISTICA 2022

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 2022 son:

- En **primer 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 **21 campañas.**
- En **segundo lugar** el objetivo *a) Promover valores y conductas que consoliden la democracia, la libertad, la convivencia, la igualdad y la solidaridad* con **18 campañas.**
- Y en **tercer lugar,** con **13 campañas,** 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.*

Gráfico 4. Número de campañas por objetivos

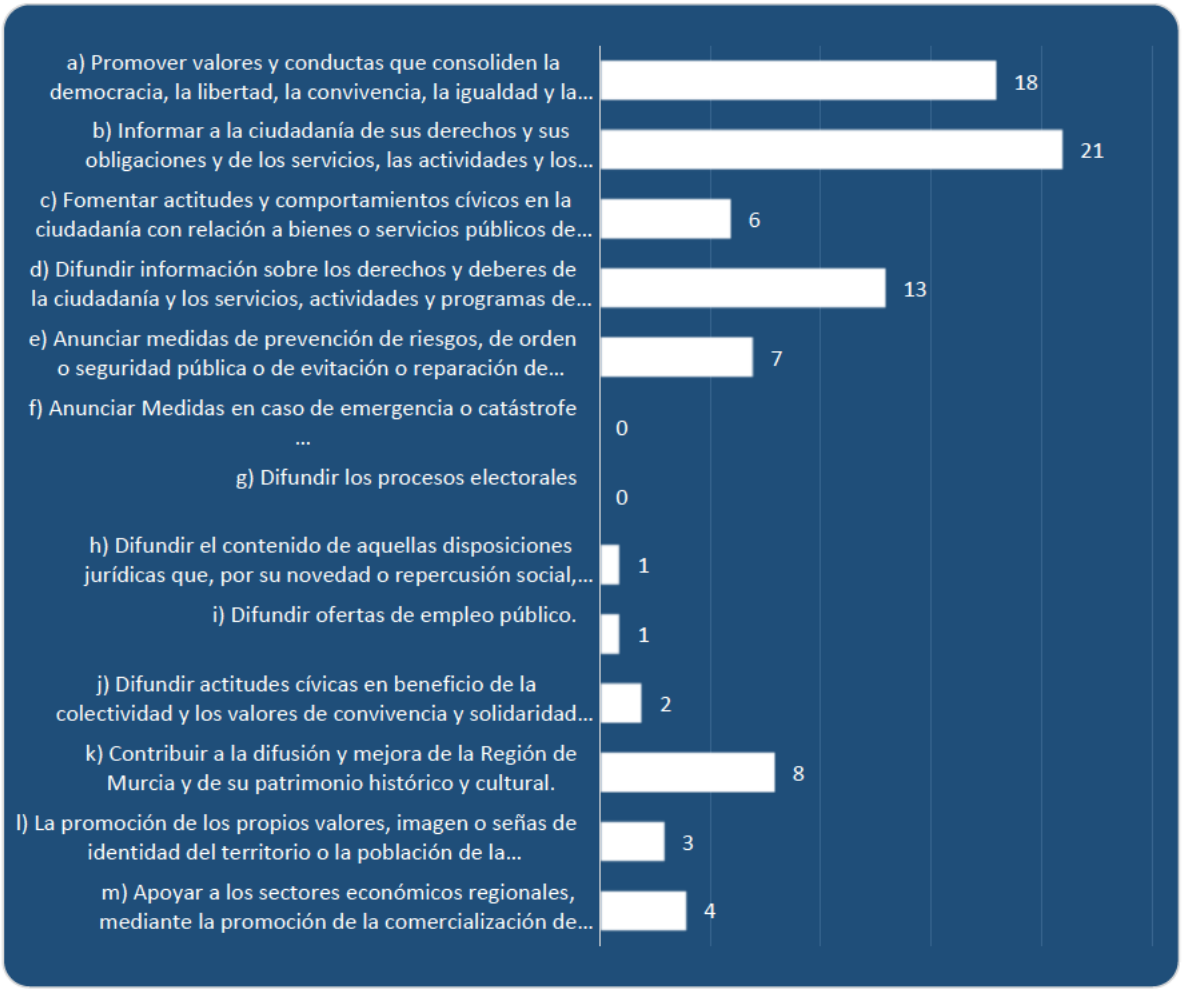
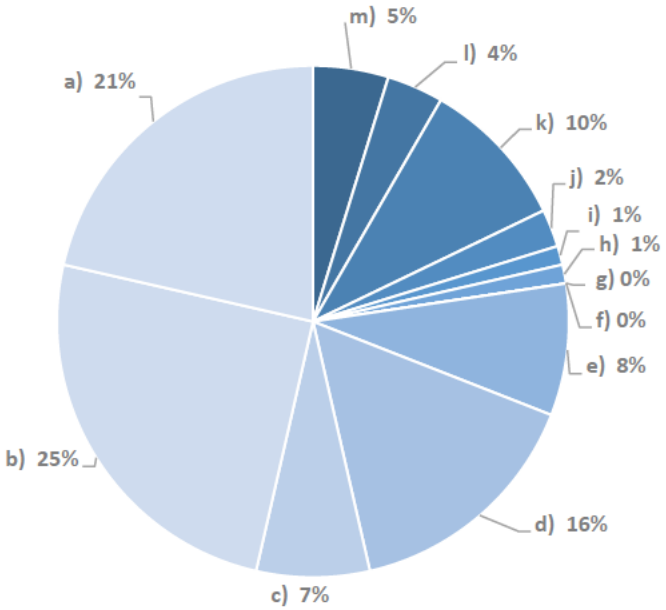


Tabla 1. Números y porcentajes de campañas por objetivos de interés público.

Objetivo		Campañas	%
a)	Promover valores y conductas que consoliden la democracia, la libertad, la convivencia, la igualdad y la solidaridad.	18	21%
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.	21	25%
c)	Fomentar actitudes y comportamientos cívicos en la ciudadanía con relación a bienes o servicios públicos de carácter educativo, cultural, social, sanitario, de fomento del empleo y otros de naturaleza equivalente.	6	7%
d)	Difundir información sobre los derechos y deberes de la ciudadanía y los servicios, actividades y programas de los que se puede beneficiar.	13	15%
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.	7	8%
f)	Anunciar medidas en caso de emergencia o catástrofe...	0	0%
g)	Difundir los procesos electorales	0	0%
h)	Difundir el contenido de aquellas disposiciones jurídicas que, por su novedad o repercusión social, aconsejan su conocimiento general.	1	1%
i)	Difundir ofertas de empleo público.	1	1%
j)	Difundir actitudes cívicas en beneficio de la colectividad y los valores de convivencia y solidaridad entre los ciudadanos y ciudadanas.	2	2%
k)	Contribuir a la difusión y mejora de la Región de Murcia y de su patrimonio histórico y cultural.	8	10%
l)	La promoción de los propios valores, imagen o señas de identidad del territorio o la población de la administración anunciante.	3	4%
m)	Apoyar a los sectores económicos regionales, mediante la promoción de la comercialización de productos regionales, especialmente en el exterior de la Región de Murcia, y de acciones que impulsen a nuestra Comunidad como destino turístico.	4	5%

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.

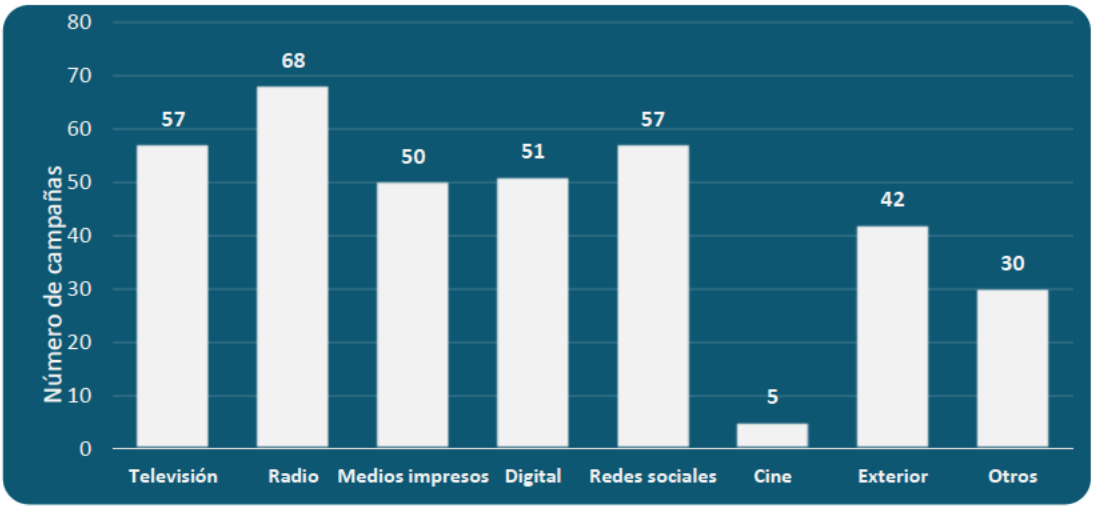
l) La promoción de los propios valores, imagen o señas de identidad del territorio o la población de la administración anunciante.

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 84 campañas a realizar, el medio más propuesto a utilizar sería la radio ya que se solicita en 68 de ellas. Le siguen muy de cerca las redes sociales y la televisión con 57 campañas en ambos casos. A continuación encontraríamos los medios digitales (51), medios impresos (50) y el exterior (42). Minoritariamente se utilizarán otros tales como el cine, soportes de exterior u otros.

Gráfico 6. Herramientas de difusión de las campañas.



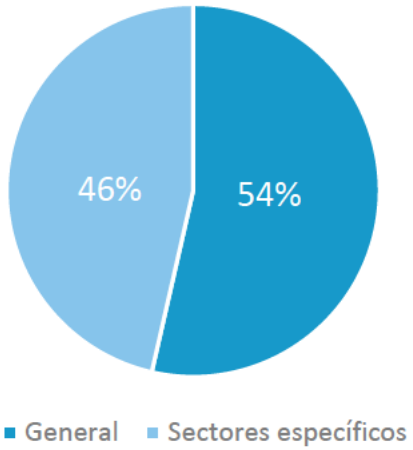
En cuanto a las medidas para garantizar la accesibilidad de las personas con discapacidad y según los medios que se vayan a utilizar, se utilizarán medidas concretas tales como la subtitulación.

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 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 54% de ellas se dirigen a toda la población en general, pero hay también campañas orientadas a sectores específicos, tales como: jóvenes, 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 importancias en las campañas de 2022 ya que a ellos se dirigen gran número de ellas. En concreto serían: AYUDAS RETO DEMOGRÁFICO, CENTRO DE ORIENTACIÓN, EMPRENDIMIENTO E INNOVACIÓN PARA EL EMPLEO, EMPLEO JOVEN, ALBERGUES JUVENILES, ESCUELAS OFICIALES DE IDIOMAS, FORMACIÓN PROFESIONAL, ELECCIONES A CONSEJOS ESCOLARES DE CENTRO, CONCILIACIÓN EN LA ESCUELA, PROMOCIÓN DEL VOLUNTARIADO, CONTRA EL ODIO Y LA DISCRIMINACIÓN, SERVICIOS SOCIALES, DIA INTERNACIONAL CONTRA LA DISCRIMINACION RACIAL, PREVENCIÓN DE INCENDIOS FORESTALES, OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE, PLATAFORMA DE PARTICIPACIÓN CIUDADANA, SEDE ELECTRÓNICA MÁS FÁCIL, CITA PREVIA MÁS FÁCIL y FESTIVAL ESTRENARTE
- Al **mundo empresarial** se dirigen las campañas de TRABAJADORES AUTÓNOMOS, ECONOMÍA SOCIAL, DATOS ABIERTOS COMO GENERADOR DE UN DESARROLLO SOSTENIBLE y CARPETA EMPRESARIAL.
- También tienen como público objetivo los **Empresarios** pero ampliándolo a los **Trabajadores** las campañas LUCHA CONTRA LA BRECHA SALARIAL, CONTRA LA

PRECARIEDAD LABORAL, ICUAM: ACREDÍTATE y LOS RIESGOS PSICOSOCIALES TAMBIÉN SON RIESGOS LABORALES

- La denominada TRABAJADORES AUTÓNOMOS como su nombre indica, van dirigidas al colectivo de **Trabajadores Autónomos**.
- La dirigida a promocionar la ECONOMÍA SOCIAL, se dirige a las **Asociaciones de Economía Social.**
- STEAM INTEGRA DIGITAL, va enfocada a **Estudiantes y Docentes** y OBESIDAD INFANTIL a **Familias**.
- Por último, las de FORO DE TRANSFORMACIÓN DIGITAL EN LA ADMINISTRACIÓN PÚBLICA, FORO DE TRANSFORMACIÓN DIGITAL EN EDUCACIÓN, FORO DE INNOVACIÓN Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL EN SALUD y PILOTO 5K-10K tienen como público objetivo el colectivo de la **Profesionales de las áreas sociales y TIC.**

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 2021, incluyó aquel o aquellos objetivos de desarrollo sostenible que cada una de las campañas pretende alcanzar mediante su difusión, situación que se vuelve a repetir en la edición de 2022.

Los objetivos más buscados por las campañas serían principalmente dos: **ODS 8. Fomentar el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo, y el trabajo decente para todos** y el **ODS 16. Promover sociedades justas, pacíficas e inclusivas.**

A continuación los ODS, 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

- SERVICIOS SOCIALES
- AYUDAS PARA LA PROTECCIÓN DEL HOGAR

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

- PLAN COMPLEMENTARIO DE AGROALIMENTACIÓN

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

- CONCIENCIACIÓN COVID
- VACUNACIÓN CONTRA LA GRIPE
- MOSQUITO TIGRE
- OBESIDAD INFANTIL
- CONCIENCIACIÓN SALUD MENTAL
- ALBERGUES JUVENILES
- FORO DE INNOVACIÓN Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL EN SALUD
- APP 112
- MOVIBUS - MOVILIDAD COTIDIANA
- ACOGIMIENTO FAMILIAR
- I JUEGOS NACIONALES DEL AGUA

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

- ICUAM: ACREDÍTATE
- ESCUELAS OFICIALES DE IDIOMAS
- FORMACIÓN PROFESIONAL
- ELECCIONES A CONSEJOS ESCOLARES DE CENTRO

- STEAM INTEGRA DIGITAL
- FORO DE TRANSFORMACIÓN DIGITAL EN EDUCACIÓN
- FORO DE TECNOLOGÍA EMOCIONAL
- CURSOS DE FORMACIÓN ONLINE
- SEDE ELECTRÓNICA MÁS FÁCIL
- CITA PREVIA MÁS FÁCIL
- REGIÓN DE MURCIA, REGIÓN DE LETRAS

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

- LUCHA CONTRA LA BRECHA SALARIAL
- DÍA INTERNACIONAL DE LA MUJER
- DÍA INTERNACIONAL DE LAS MUJERES RURALES
- DÍA INTERNACIONAL PARA LA ELIMINACIÓN DE LA VIOLENCIA CONTRA LA MUJER

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

- PROGRAMAS OPERATIVOS FEDER Y FSE
- CANALES TELEMÁTICOS DE LA ATRM
- PERIODO VOLUNTARIO DE PAGO Y FOMENTO DE LA DOMICILIACIÓN ATRM
- AYUDAS RETO DEMOGRÁFICO
- TRABAJADORES AUTÓNOMOS
- ECONOMÍA SOCIAL
- CENTRO DE ORIENTACIÓN, EMPRENDIMIENTO E INNOVACIÓN PARA EL EMPLEO
- EMPLEO JOVEN
- 20 ANIVERSARIO DEL SEF
- CONTRA LA PRECARIEDAD LABORAL
- PROMOCIÓN DE LA ARTESANÍA
- MARCA COMERCIO SELECTO
- REGIÓN DE MURCIA, REGIÓN DE COMPRAS

- REDUCCIÓN DE LA SINIESTRALIDAD LABORAL EN EL USO DE CARRETILLAS ELEVADORAS
- LOS RIESGOS PSICOSOCIALES TAMBIÉN SON RIESGOS LABORALES
- DIFUSIÓN DE OPERACIONES FEDER
- AYUDAS PÚBLICAS PROGRAMA INVESTIGO
- SEGURIDAD INDUSTRIAL
- DATOS ABIERTOS COMO GENERADOR DE UN DESARROLLO SOSTENIBLE
- CARPETA EMPRESARIAL
- FESTIVAL ESTRENARTE
- CENTRO DE CUALIFICACIÓN TURÍSTICA Y SUS ACCIONES
- 1.001 SABORES Y PASAPORTE GASTRONÓMICO
- PROMOCIÓN TURISTICA 2022
- REGIÓN DE MURCIA TAURINA

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

- PROCESO PARTICIPATIVO SOBRE EL PACTO POR LAS INFRAESTRUCTURAS DE LA REGIÓN DE MURCIA

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
- ACTIVA CASH RURAL
- PLANES DE COOPERACIÓN ECONOMICA CON MUNICIPIOS
- FORO DE TRANSFORMACIÓN DIGITAL EN LA ADMINISTRACIÓN PÚBLICA
- PILOTO 5K-10K
- NUEVO MODELO TERRITORIAL, DE CONSTRUCCIÓN Y ARQUITECTURA SOSTENIBLE
- TURISMO DE CALIDAD

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

- PLAN COMPLEMENTARIO DE CIENCIAS MARINAS
- HUMEDAL DE "EL CARMOLÍ

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

- PLAN COPLA Y PLAN INFOMUR
- PREVENCIÓN DE INCENDIOS FORESTALES

ODS 16. Promover sociedades justas, pacíficas e inclusivas.

- 40 ANIVERSARIO DEL ESTATUTO DE AUTONOMÍA DE LA REGIÓN DE MURCIA
- CONCILIACIÓN EN LA ESCUELA
- REPLAY
- PROMOCIÓN DEL VOLUNTARIADO
- EXTUTELADOS
- DERECHOS DE LA INFANCIA
- CONTRA EL MALTRATO INFANTIL
- DÍA INTERNACIONAL DEL ORGULLO DE LESBIANAS, GAYS, TRANSEXUALES Y BISEXUALES
- CONTRA EL RACISMO Y LA XENOFOBIA
- CONTRA EL ODIO Y LA DISCRIMINACIÓN
- DÍA INTERNACIONAL DE LAS PERSONAS CON DISCAPACIDAD
- DÍA INTERNACIONAL DE LAS PERSONAS MAYORES
- EL CUIDADO DE LOS MAYORES
- DIA INTERNACIONAL CONTRA LA DISCRIMINACION RACIAL
- DÍA DE LA REGIÓN
- OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE
- PLATAFORMA DE PARTICIPACIÓN CIUDADANA

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

- DÍA DE EUROPA 2022

IX. PRESUPUESTO

La inversión en campañas de publicidad y comunicación institucional que la Administración Regional tiene previsto realizar durante el ejercicio 2022 asciende a un **total de 4.075.500,00 €.**

La Consejería de Presidencia, Turismo, Cultura y Deportes, a través de la Dirección General de Comunicación Institucional, gestiona el presupuesto de publicidad institucional de la Administración General, a excepción de aquellas campañas realizadas con fondos europeos.

Por tanto, todas aquellas campañas previstas por el resto de entes del sector público, corresponde a estos tanto su gestión como su financiación por lo que se desglosan de manera diferenciada en cuanto a su peso inversor.

Así, atendiendo al presupuesto de las campañas de la Administración General, el peso por ejes sería el siguiente:

1. En primer lugar encontramos **el *Eje 6. Políticas Sociales*** con un presupuesto de 215.500 €, que representa el 19% de la inversión total.
2. En segundo lugar encontramos **el *Eje 1. Empleo y Economía*** con un presupuesto de 172.000 €, que representa el 15% de la inversión total.
3. Y el tercer lugar, en cuanto al peso inversor en publicidad institucional de la Administración General, lo ocupa el ***Eje 5. Infraestructuras y Seguridad*** con un presupuesto de 95.000 €, que representa un 8% de la inversión.

Tabla 2. Clasificación por ejes (Administración General)

Eje	Campañas	Presupuesto	%
Empleo y Economía	12	172.000,00 €	15%
Salud	6	81.000,00 €	7%
Educación y Juventud	6	82.000,00 €	7%
Tecnología e investigación	4	51.000,00 €	4%
Infraestructuras y Seguridad	6	95.000,00 €	8%
Políticas Sociales	16	215.500,00 €	19%

Agua y agricultura	0	- €	0%
Medio ambiente	2	30.000,00 €	3%
Participación ciudadana y fechas conmemorativas	10	356.500,00 €	31%
Cultura y turismo	5	77.000,00 €	7%
Total	**67**	**1.160.000,00 €**	**100%**

Dentro de la inversión del sector público que asciende a 2.915.500€, el **mayor presupuesto corresponde a las campañas del Instituto de Turismo (ITREM),** con un total de 2.786.000€, seguidas de las de la **Fundación Integra,** con una inversión de 67.500€ y las del **Servicio de Empleo y Formación** con 36.000€.

Tabla 3. Campañas Sector Público (excluida Administración General)

Consejería	Ente	Presupuesto
Presidencia, Turismo, Cultura y Deportes	INSTITUTO DE TURISMO DE LA REGIÓN DE MURCIA	2.786.000 €
Economía, Hacienda y Administración Digital	AGENCIA TRIBUTARIA DE LA REGIÓN DE MURCIA	14.000 €
Economía, Hacienda y Administración Digital	FUNDACION INTEGRA	67.500 €
Empresa, Empleo, Universidades y Portavocía	SERVICIO DE EMPLEO Y FORMACIÓN	36.000 €
Salud	FUNDACIÓN PARA LA FORMACIÓN E INVESTIGACIÓN SANITARIAS	12.000 €
	Total	**2.915.500 €**

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 2023 un informe 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

2022 **84 campañas de publicidad institucional**.

La **principal prioridad de interés público** en materia de publicidad y comunicación institucional para el año 2022 es *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 un total de **21 campañas**.

Los ejes con **mayor número de campañas** son el Eje 1. Empleo y Economía con 17 campañas y el Eje 6. Políticas Sociales con 16 campañas. Le siguen el, el Eje 4. Tecnología e Investigación con 12 y el Eje 9. Participación Ciudadana y Fechas conmemorativas con 10 campañas.

El peso de la inversión de las campañas de la Administración General por ejes sería el siguiente:

1. *Eje 6.* ***Políticas Sociales*** con un presupuesto de 215.500 €, y el 19% del total

3. *Eje 1.* ***Empleo y Economía*** con un presupuesto de 172.000 €, que representa un 15% de la inversión.

1. *Eje 5.* ***Infraestructuras y Seguridad*** con un presupuesto de 95.000 €, y el 8% del total

En cuanto a **la inversión** en el resto del **sector público** destacan:

- El ***Instituto de Turismo*** con un presupuesto de 2.786.000 €

En lo referente al público objetivo de las campañas, en un **54% se centran en público general**, mientras que un 46% se orientan a colectivos más específicos.

Si analizamos los medios previsto a utilizar, de las 84 campañas, en 68 de ellas se propone el uso de la radio y en 57 de ellas se propone el uso de televisión y redes sociales. Le siguen muy de cerca los medios digitales (51 campañas) y los medios impresos (50). A continuación encontramos la publicidad exterior (42) y otros medios impresos (30 campañas).

En el Anexo a continuación se relacionan mediante fichas de detalle las 84 campañas incluidas en el Plan y estructuradas según los 10 ejes por materias.

ANEXO

ÍNDICE DE EJES Y CAMPAÑAS

1. EMPLEO Y ECONOMÍA

01.01 PROGRAMAS OPERATIVOS FEDER Y FSE
01.02 CANALES TELEMÁTICOS DE LA ATRM
01.03 PERIODO VOLUNTARIO DE PAGO Y FOMENTO DE LA DOMICILIACIÓN ATRM
01.04 AYUDAS RETO DEMOGRÁFICO
01.05 TRABAJADORES AUTÓNOMOS
01.06 ECONOMÍA SOCIAL
01.07 CENTRO DE ORIENTACIÓN, EMPRENDIMIENTO E INNOVACIÓN PARA EL EMPLEO
01.08 EMPLEO JOVEN
01.09 20 ANIVERSARIO DEL SEF
01.10 LUCHA CONTRA LA BRECHA SALARIAL
01.11 CONTRA LA PRECARIEDAD LABORAL
01.12 PROMOCIÓN DE LA ARTESANÍA
01.13 LUCHA CONTRA LA DESPOBLACIÓN Y MEJORA DE LA CALIDAD DE VIDA EN EL MEDIO RURAL
01.14 ACTIVA CASH RURAL
01.15 MARCA COMERCIO SELECTO
01.16 REGIÓN DE MURCIA, REGIÓN DE COMPRAS
01.17 PLANES DE COOPERACIÓN ECONOMICA CON MUNICIPIOS

2. SALUD

02.01 REDUCCIÓN DE LA SINIESTRALIDAD LABORAL EN EL USO DE CARRETILLAS ELEVADORAS
02.02 LOS RIESGOS PSICOSOCIALES TAMBIÉN SON RIESGOS LABORALES
02.03 CONCIENCIACIÓN COVID
02.04 VACUNACIÓN CONTRA LA GRIPE
02.05 MOSQUITO TIGRE
02.06 OBESIDAD INFANTIL
02.07 CONCIENCIACIÓN SALUD MENTAL

3. EDUCACIÓN Y JUVENTUD

03.01 ALBERGUES JUVENILES
03.02 ICUAM: ACREDÍTATE

03.03 ESCUELAS OFICIALES DE IDIOMAS
03.04 FORMACIÓN PROFESIONAL
03.05 ELECCIONES A CONSEJOS ESCOLARES DE CENTRO
03.06 CONCILIACIÓN EN LA ESCUELA

4. TECNOLOGÍA E INVESTIGACIÓN

04.01 DIFUSIÓN DE OPERACIONES FEDER
04.02 FORO DE TRANSFORMACIÓN DIGITAL EN LA ADMINISTRACIÓN PÚBLICA
04.03 STEAM INTEGRA DIGITAL
04.04 REPLAY
04.05 FORO DE TRANSFORMACIÓN DIGITAL EN EDUCACIÓN
04.06 FORO DE INNOVACIÓN Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL EN SALUD
04.07 PILOTO 5K-10K
04.08 FORO DE TECNOLOGÍA EMOCIONAL
04.09 CURSOS DE FORMACIÓN ONLINE
04.10 PLAN COMPLEMENTARIO DE AGROALIMENTACIÓN
04.11 PLAN COMPLEMENTARIO DE CIENCIAS MARINAS
04.12 AYUDAS PÚBLICAS PROGRAMA INVESTIGO

5. INFRAESTRUCTURAS Y SEGURIDAD.

05.01 SEGURIDAD INDUSTRIAL
05.02 PLAN COPLA Y PLAN INFOMUR
05.03 APP 112
05.04 PROMOCIÓN DEL VOLUNTARIADO
05.05 NUEVO MODELO TERRITORIAL, DE CONSTRUCCIÓN Y ARQUITECTURA SOSTENIBLE
05.06 MOVIBUS - MOVILIDAD COTIDIANA

6. POLÍTICAS SOCIALES.

06.01 ACOGIMIENTO FAMILIAR
06.02 EXTUTELADOS
06.03 DERECHOS DE LA INFANCIA
06.04 CONTRA EL MALTRATO INFANTIL
06.05 DÍA INTERNACIONAL DE LA MUJER

06.06 DÍA INTERNACIONAL DEL ORGULLO DE LESBIANAS, GAYS, TRANSEXUALES Y BISEXUALES
06.07 DÍA INTERNACIONAL DE LAS MUJERES RURALES
06.08 DÍA INTERNACIONAL PARA LA ELIMINACIÓN DE LA VIOLENCIA CONTRA LA MUJER
06.09 CONTRA EL RACISMO Y LA XENOFOBIA
06.10 CONTRA EL ODIO Y LA DISCRIMINACIÓN
06.11 SERVICIOS SOCIALES
06.12 DÍA INTERNACIONAL DE LAS PERSONAS CON DISCAPACIDAD
06.13 DÍA INTERNACIONAL DE LAS PERSONAS MAYORES
06.14 EL CUIDADO DE LOS MAYORES
06.15 DIA INTERNACIONAL CONTRA LA DISCRIMINACION RACIAL
06.16 AYUDAS PARA LA PROTECCIÓN DEL HOGAR

8. MEDIO AMBIENTE.

08.01 PREVENCIÓN DE INCENDIOS FORESTALES
08.02 HUMEDAL DE "EL CARMOLÍ

9. PARTICIPACIÓN CIUDADANA Y FECHAS CONMEMORATIVAS.

09.01 DÍA DE LA REGIÓN
09.02 40 ANIVERSARIO DEL ESTATUTO DE AUTONOMÍA DE LA REGIÓN DE MURCIA
09.03 DÍA DE EUROPA 2022
09.04 DATOS ABIERTOS COMO GENERADOR DE UN DESARROLLO SOSTENIBLE
09.05 OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE
09.06 PLATAFORMA DE PARTICIPACIÓN CIUDADANA
09.07 SEDE ELECTRÓNICA MÁS FÁCIL
09.08 CITA PREVIA MÁS FÁCIL
09.09 CARPETA EMPRESARIAL
09.10 PROCESO PARTICIPATIVO SOBRE EL PACTO POR LAS INFRAESTRUCTURAS DE LA REGIÓN DE MURCIA

10. CULTURA Y TURISMO.

10.01 TURISMO DE CALIDAD
10.02 REGIÓN DE MURCIA, REGIÓN DE LETRAS
10.03 FESTIVAL ESTRENARTE

10.04 I JUEGOS NACIONALES DEL AGUA
10.05 REGIÓN DE MURCIA TAURINA
10.06 CENTRO DE CUALIFICACIÓN TURÍSTICA Y SUS ACCIONES
10.07 1.001 SABORES Y PASAPORTE GASTRONÓMICO
10.08 PROMOCIÓN TURISTICA 2022

EJE 1: EMPLEO Y ECONOMÍA

CONSEJERÍA DE ECONOMÍA, HACIENDA Y ADMINISTRACIÓN DIGITAL

DIRECCIÓN GENERAL DE PRESUPUESTOS Y FONDOS EUROPEOS

CAMPAÑA Nº 01.01	PROGRAMAS OPERATIVOS FEDER Y FSE
Objetivo: Dar a conocer a los ciudadanos de la Región la existencia de los Programas Operativos Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER) y Fondo Social Europeo (FSE), la contribución de los Fondos Europeos a los mismos y las acciones más significativas llevadas a cabo en el ámbito regional con financiación comunitaria procedente de los citados Fondos.	
Coste estimado: 12.000,00 €	
Período de ejecución: Tercer cuatrimestre	
Medios: Televisión, radio, prensa impresa y digital, redes sociales, cine, exterior y otros	
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 01.02	CANALES TELEMÁTICOS DE LA ATRM
Objetivo: Incentivar el uso por los contribuyentes de los canales telemáticos para la realización de sus trámites, evitando de esta forma la necesidad de desplazamientos y reduciendo el volumen de la atención presencial.	
Coste estimado: 7.000,00 €	
Período de ejecución: Segundo cuatrimestre	
Medios: Redes sociales	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: Mayores de 16 años	
Ámbito: Sector público	

EJE 1: EMPLEO Y ECONOMÍA

CONSEJERÍA DE ECONOMÍA, HACIENDA Y ADMINISTRACIÓN DIGITAL

AGENCIA TRIBUTARIA DE LA REGIÓN DE MURCIA

CAMPAÑA Nº 01.03	PERIODO VOLUNTARIO DE PAGO Y FOMENTO DE LA DOMICILIACIÓN ATRM
Objetivo: Informar de los plazos disponibles para el pago de las deudas tributarias y los medios disponibles para ello.	
Coste estimado: 7.000,00 €	
Período de ejecución: Anual	
Medios: Televisión, radio, prensa digital, redes sociales, cine y otros	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: Mayores de 16 años	
Ámbito: Sector público	

EJE 1: EMPLEO Y ECONOMÍA

CONSEJERÍA DE EMPRESA, EMPLEO, UNIVERSIDADES Y PORTAVOCIA

DIRECCIÓN GENERAL DE ECONOMÍA SOCIAL Y TRABAJO AUTÓNOMO

CAMPAÑA Nº 01.04	AYUDAS RETO DEMOGRÁFICO
Objetivo: Difundir la convocatoria de las ayudas de Reto Demográfico que estará en vigor todo el año 2022.	
Coste estimado: 17.000,00 €	
Período de ejecución: Primer y segundo cuatrimestre	
Medios: Redes sociales, exterior y otros	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: Jóvenes	
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	TRABAJADORES AUTÓNOMOS
Objetivo: Difundir el lanzamiento del nuevo portal sobre trabajadores autónomos en el que se recogerán todos los recursos destinados a este colectivo en la Región de Murcia, así como el contenido de la Estrategia Regional del Trabajo Autónomo	
Coste estimado: 15.000,00 €	
Período de ejecución: Tercer cuatrimestre	
Medios: Televisión, radio, prensa impresa, redes sociales, exterior y otros	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: Autónomos,General	
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	ECONOMÍA SOCIAL
Objetivo: Publicitar el nuevo portal en el que se recogerán todos los recursos de la Economía Social en la Región de Murcia.	
Coste estimado: 15.000,00 €	
Período de ejecución: Tercer cuatrimestre	
Medios: Televisión, radio, prensa impresa, redes sociales, exterior y otros	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: Asociaciones de economía social,General	
Ámbito: Administración general	

EJE 1: EMPLEO Y ECONOMÍA

CONSEJERÍA DE EMPRESA, EMPLEO, UNIVERSIDADES Y PORTAVOCIA

SERVICIO REGIONAL DE EMPLEO Y FORMACIÓN

CAMPAÑA Nº 01.07	CENTRO DE ORIENTACIÓN, EMPRENDIMIENTO E INNOVACIÓN PARA EL EMPLEO
Objetivo: Dar a conocer la puesta en marcha en la Región del nuevo Centro de Orientación, Emprendimiento e Innovación para el empleo impulsado por el Ministerio de Trabajo y el Servicio Público de Empleo a través del Mecanismo de Recuperación y Resilencia. Sus objetivos son diseñar y evaluar programas de orientación, así como promover actuaciones de desarrollo y mejora de las actuaciones de orientación personalizada.	
Coste estimado: 12.000,00 €	
Período de ejecución: Segundo cuatrimestre	
Medios: Televisión, radio, redes sociales, exterior y otros	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: Jóvenes	
Ámbito: Sector público	

EJE 1: EMPLEO Y ECONOMÍA

CONSEJERÍA DE EMPRESA, EMPLEO, UNIVERSIDADES Y PORTAVOCIA

SERVICIO REGIONAL DE EMPLEO Y FORMACIÓN

CAMPAÑA Nº 01.08	EMPLEO JOVEN
Objetivo: Lanzamiento de una campaña dirigida a los jóvenes de la Región de Murcia para dar a conocer los programas de formación y empleo que el SEF pondrá en marcha para impulsar la inserción laboral en este colectivo a través de los Fondos Europeos 'Next Generation'.	
Coste estimado: 12.000,00 €	
Período de ejecución: Segundo cuatrimestre	
Medios: Televisión, radio, redes sociales, exterior y otros	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: Jóvenes	
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	20 ANIVERSARIO DEL SEF
Objetivo: Campaña de publicidad, que en el marco del 20 aniversario de la creación del SEF, permita dar a conocer a la ciudadanía en general todos los servicios y ayudas que el SEF ofrece para mejorar las opciones de empleo tanto de desempleados como de trabajadores en activo.	
Coste estimado: 12.000,00 €	
Período de ejecución: Tercer cuatrimestre	
Medios: Televisión, radio, prensa digital, redes sociales, exterior y otros	
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 GENERAL DE DIÁLOGO SOCIAL Y BIENESTAR LABORAL

CAMPAÑA Nº 01.10	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: Segundo cuatrimestre	
Medios: Radio, prensa digital, redes sociales, exterior y otros	
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 01.11	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: Segundo cuatrimestre	
Medios: Radio, prensa digital, redes sociales, exterior y otros	
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 CONSUMO Y ARTESANÍA

CAMPAÑA Nº 01.12	PROMOCIÓN DE LA ARTESANÍA
Objetivo: Promoción de la venta de productos artesanos regionales a través de la nueva web www.artesaniaregiondemurcia.es así como en los Centros Regionales de Artesanía de Murcia, Lorca y Cartagena.	
Coste estimado: 17.000,00 €	
Período de ejecución: Primer cuatrimestre	
Medios: Prensa impresa y digital, redes sociales y exterior	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: General	
Ámbito: Administración general	

EJE 1: EMPLEO Y ECONOMÍA

CONSEJERÍA DE PRESIDENCIA, TURISMO, CULTURA Y DEPORTES

DIRECCIÓN GENERAL DE ADMINISTRACIÓN LOCAL

CAMPAÑA Nº 01.13	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: Segundo cuatrimestre	
Medios: Televisión, radio, prensa impresa y digital, redes sociales, exterior y otros	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: General	
Ámbito: Administración general	

EJE 1: EMPLEO Y ECONOMÍA

CONSEJERÍA DE PRESIDENCIA, TURISMO, CULTURA Y DEPORTES

DIRECCIÓN GENERAL DE ADMINISTRACIÓN LOCAL

CAMPAÑA Nº 01.14	ACTIVA CASH RURAL
Objetivo: Difusión de la instalación de cajeros automáticos en zonas rurales, como estrategia contra la despoblación	
Coste estimado: 12.000,00 €	
Período de ejecución: Segundo y tercer cuatrimestre	
Medios: Televisión, radio, prensa impresa y digital, redes sociales, exterior y otros	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: General	
Ámbito: Administración general	

EJE 1: EMPLEO Y ECONOMÍA

CONSEJERÍA DE EMPRESA, EMPLEO, UNIVERSIDADES Y PORTAVOCIA

DIRECCIÓN GENERAL DE COMERCIO E INNOVACIÓN EMPRESARIAL

CAMPAÑA Nº 01.15	MARCA COMERCIO SELECTO
Objetivo: Dar a conocer a los ciudadanos de la Región la marca del Comercio Selecto de la Región de Murcia, que puedan identificar los comercios más sobresalientes de la Región y que se sientan embajadores del comercio selecto de sus localidades.	
Coste estimado: 12.000,00 €	
Período de ejecución: Segundo y tercer cuatrimestre	
Medios: Televisión, radio y redes sociales	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: General	
Ámbito: Administración general	

EJE 1: EMPLEO Y ECONOMÍA

CONSEJERÍA DE EMPRESA, EMPLEO, UNIVERSIDADES Y PORTAVOCIA

DIRECCIÓN GENERAL DE COMERCIO E INNOVACIÓN EMPRESARIAL

CAMPAÑA Nº 01.16	REGIÓN DE MURCIA, REGIÓN DE COMPRAS
Objetivo: La campaña tiene como objetivos: 1.- Captar clientes y consumidores de la Región y de fuera de la Región para que puedan aprovecharse de ventajas, descuentos, participación en sorteos consumiendo en los comercios selectos de la Región 2.- Promocionar las compras a través de influencers y personas famosas con el comercio selecto de la Región fomentando las compras en el comercio local 3.- Difundir los comercios selectos de la Región seleccionados por su calidad y profesionalidad por parte de los Ayuntamientos y asociaciones de comerciantes de la Región 4.- Posicionar a la Región como Región de Compras	
Coste estimado: 12.000,00 €	
Período de ejecución: Segundo cuatrimestre	
Medios: Televisión, radio, prensa impresa y digital, redes sociales, exterior y otros	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: General	
Ámbito: Administración general	

EJE 1: EMPLEO Y ECONOMÍA

CONSEJERÍA DE PRESIDENCIA, TURISMO, CULTURA Y DEPORTES

DIRECCIÓN GENERAL DE ADMINISTRACIÓN LOCAL

CAMPAÑA Nº 01.17	PLANES DE COOPERACIÓN ECONOMICA CON MUNICIPIOS
Objetivo: Informar de la realización de aquellas obras, en infraestructuras y servicios, que se consideran básicas y esenciales para el desarrollo local y su correspondiente población.	
Coste estimado: 12.000,00 €	
Período de ejecución: Segundo y tercer cuatrimestre	
Medios: Televisión, radio, prensa impresa y digital, redes sociales, exterior y otros	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: General	
Ámbito: Administración general	

EJE 2: SALUD

CONSEJERÍA DE EMPRESA, EMPLEO, UNIVERSIDADES Y PORTAVOCIA

DIRECCIÓN GENERAL DE DIÁLOGO SOCIAL Y BIENESTAR LABORAL

CAMPAÑA Nº 02.01	REDUCCIÓN DE LA SINIESTRALIDAD LABORAL EN EL USO DE CARRETILLAS ELEVADORAS
Objetivo: El uso de carretillas elevadoras, equipos ampliamente utilizados en todo tipo de empresas, genera un gran número de accidentes laborales (golpes, atropellos, vuelcos), entre otros, por un uso inadecuado de las mismas, unas condiciones de mantenimiento deficientes o por unas áreas de circulación inseguras. Por ello es importante dar a conocer medidas de prevención que reduzcan los accidentes generados por este tipo de vehículos como son: atropellos, vuelcos, golpes, caída de materiales o atrapamientos.	
Coste estimado: 12.000,00 €	
Período de ejecución: Tercer cuatrimestre	
Medios: Radio, prensa digital, redes sociales, exterior y otros	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: General	
Ámbito: Administración general	

EJE 2: SALUD

CONSEJERÍA DE EMPRESA, EMPLEO, UNIVERSIDADES Y PORTAVOCIA

DIRECCIÓN GENERAL DE DIÁLOGO SOCIAL Y BIENESTAR LABORAL

CAMPAÑA Nº 02.02	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: Primer cuatrimestre	
Medios: Radio, prensa digital, redes sociales, exterior y otros	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: Empresarios,Trabajadores	
Ámbito: Administración general	

EJE 2: SALUD

CONSEJERÍA DE SALUD

DIRECCIÓN GENERAL DE SALUD PÚBLICA Y ADICCIONES

CAMPAÑA Nº 02.03	CONCIENCIACIÓN COVID
Objetivo: Concienciar a la población sobre la importancia de vacunarse contra la COVID así como la necesidad de cumplir las recomendaciones de prevención y protección frente al virus.	
Coste estimado: 12.000,00 €	
Período de ejecución: Tercer cuatrimestre	
Medios: Televisión, radio, prensa impresa 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 02.04	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 sobre la población diana (mayores, embarazadas, etc...).	
Coste estimado: 18.000,00 €	
Período de ejecución: Tercer cuatrimestre	
Medios: Televisión, radio, prensa impresa 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 02.05	MOSQUITO TIGRE
Objetivo: Alertar acerca 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: Televisión, radio, prensa 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	OBESIDAD INFANTIL
Objetivo: Concienciar sobre la importancia de reducir la obesidad infantil mediante una alimentación sana y hábitos de ejercicio de toda la familia en conjunto.	
Coste estimado: 12.000,00 €	
Período de ejecución: Primer cuatrimestre	
Medios: Televisión, radio, prensa impresa y digital y redes sociales	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: Familias,Niños	
Ámbito: Administración general	

EJE 2: SALUD

CONSEJERÍA DE SALUD

FUNDACIÓN PARA LA FORMACIÓN E INVESTIGACIÓN SANITARIAS

CAMPAÑA Nº 02.07	CONCIENCIACIÓN SALUD MENTAL
Objetivo: Concienciar a la sociedad sobre la importancia de cuidar la salud mental así como lanzar mensajes para acabar con el estigma que existe sobre las personas con enfermedad mental con el fin de favorecer su integración.	
Coste estimado: 12.000,00 €	
Período de ejecución: Primer cuatrimestre	
Medios: Televisión, radio, prensa impresa y digital, redes sociales y otros	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: General	
Ámbito: Sector público	

EJE 3: EDUCACIÓN Y JUVENTUD

CONSEJERÍA DE PRESIDENCIA, TURISMO, CULTURA Y DEPORTES

DIRECCIÓN GENERAL DE JUVENTUD

CAMPAÑA Nº 03.01	ALBERGUES JUVENILES
Objetivo: Promocionar los albergues juveniles de la región como espacios dirigidos a facilitar la convivencia, alojamiento, formación, fomento de la participación, realización de actividades culturales, sociales y de tiempo libre.	
Coste estimado: 12.000,00 €	
Período de ejecución: Segundo y tercer cuatrimestre	
Medios: Radio, prensa digital y redes sociales	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: Jóvenes	
Ámbito: Administración general	

EJE 3: EDUCACIÓN Y JUVENTUD

CONSEJERÍA DE EDUCACIÓN

DIRECCIÓN GENERAL DE FORMACIÓN PROFESIONAL E INNOVACIÓN

CAMPAÑA Nº 03.02	ICUAM: ACREDÍTATE
Objetivo: Difundir el procedimiento de Evaluación, Acreditación y Registro de Competencias Profesionales (PREAR) mediante el que los trabajadores de la Región pueden acreditar sus competencias profesionales, mejorar su cualificación profesional y recibir una certificación oficial.	
Coste estimado: 14.000,00 €	
Período de ejecución: Anual	
Medios: Televisión, radio y prensa digital	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: Autónomos,Desempleados,Emprendedores,Empresarios,General,Trabajadores	
Ámbito: Administración general	

EJE 3: EDUCACIÓN Y JUVENTUD

CONSEJERÍA DE EDUCACIÓN

DIRECCIÓN GENERAL DE FORMACIÓN PROFESIONAL E INNOVACIÓN

CAMPAÑA Nº 03.03	ESCUELAS OFICIALES DE IDIOMAS
Objetivo: Promocionar las enseñanzas de idiomas en las EEOOII de la Región de Murcia y conseguir un aumento en la demanda respecto a los últimos cursos.	
Coste estimado: 14.000,00 €	
Período de ejecución: Primer cuatrimestre	
Medios: Redes sociales	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: Mayores de 16 años	
Ámbito: Administración general	

EJE 3: EDUCACIÓN Y JUVENTUD

CONSEJERÍA DE EDUCACIÓN

DIRECCIÓN GENERAL DE FORMACIÓN PROFESIONAL E INNOVACIÓN

CAMPAÑA Nº 03.04	FORMACIÓN PROFESIONAL
Objetivo: El objeto de esta campaña es seguir incrementando las cifras de alumnado matriculado año a año (para el curso 2.022/23 se van a crear sobre 1.750 nuevas plazas) insistiendo en la alta probabilidad de encontrar un trabajo adaptado a la formación recibida de manera inmediata	
Coste estimado: 15.000,00 €	
Período de ejecución: Segundo cuatrimestre	
Medios: Televisión, radio, prensa impresa y digital, redes sociales y exterior	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: Mayores de 16 años	
Ámbito: Administración general	

EJE 3: EDUCACIÓN Y JUVENTUD

CONSEJERÍA DE EDUCACIÓN

DIRECCION GENERAL DE CENTROS EDUCATIVOS E INFRAESTRUCTURAS

CAMPAÑA Nº 03.05	ELECCIONES A CONSEJOS ESCOLARES DE CENTRO
Objetivo: Divulgar el procedimiento de elección y renovación de los Consejos Escolares de Centro 2022.	
Coste estimado: 15.000,00 €	
Período de ejecución: Tercer cuatrimestre	
Medios: Televisión, radio, prensa impresa, redes sociales y exterior	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: Mayores de 16 años	
Ámbito: Administración general	

EJE 3: EDUCACIÓN Y JUVENTUD

CONSEJERÍA DE EDUCACIÓN

DIRECCION GENERAL DE CENTROS EDUCATIVOS E INFRAESTRUCTURAS

CAMPAÑA Nº 03.06	CONCILIACIÓN EN LA ESCUELA
Objetivo: Divulgar los servicios de transporte y comedores escolares que impactarán en la sociedad de manera muy positiva contribuyendo a la conciliación familiar	
Coste estimado: 12.000,00 €	
Período de ejecución: Segundo cuatrimestre	
Medios: Televisión, radio, prensa impresa, redes sociales y exterior	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: Mayores de 16 años	
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	DIFUSIÓN DE OPERACIONES FEDER
Objetivo: Difusión de las operaciones financiadas por fondos FEDER de la DG de Informática y Transformación Digital	
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 INTEGRA

CAMPAÑA Nº 04.02	FORO DE TRANSFORMACIÓN DIGITAL EN LA ADMINISTRACIÓN PÚBLICA
Objetivo: Difundir la primera edición del Foro de Transformación Digital en la Administración Pública, punto de referencia, reflexión y colaboración sobre las aplicaciones de la tecnología en el sector público.	
Coste estimado: 12.000,00 €	
Período de ejecución: Tercer cuatrimestre	
Medios: Prensa digital y redes sociales	
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 INTEGRA

CAMPAÑA Nº 04.03	STEAM INTEGRA DIGITAL
Objetivo: Campaña para dar difusión de diversas acciones de la iniciativa STEAM INTEGRA 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: Segundo y tercer cuatrimestre	
Medios: Prensa digital, redes sociales y otros	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: Docentes,Estudiantes	
Ámbito: Sector público	

EJE 4: TECNOLOGÍA E INVESTIGACIÓN

CONSEJERÍA DE ECONOMÍA, HACIENDA Y ADMINISTRACIÓN DIGITAL

FUNDACIÓN INTEGRA

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 adherirse para formar parte del proyecto.	
Coste estimado: 2.500,00 €	
Período de ejecución: Segundo y tercer cuatrimestre	
Medios: Prensa digital, redes sociales y otros	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: Ayuntamientos,General	
Ámbito: Sector público	

EJE 4: TECNOLOGÍA E INVESTIGACIÓN

CONSEJERÍA DE ECONOMÍA, HACIENDA Y ADMINISTRACIÓN DIGITAL

FUNDACIÓN INTEGRA

CAMPAÑA Nº 04.05	FORO DE TRANSFORMACIÓN DIGITAL EN EDUCACIÓN
Objetivo: Campaña de publicidad para dar difusión de la primera edición del Foro de Transformación Digital en Educación, punto de referencia, reflexión y colaboración sobre las aplicaciones de la tecnología en el ámbito educativo.	
Coste estimado: 12.000,00 €	
Período de ejecución: Segundo cuatrimestre	
Medios: Prensa digital, redes sociales y otros	
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 INTEGRA

CAMPAÑA Nº 04.06	FORO DE INNOVACIÓN Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL EN SALUD
Objetivo: Campaña de publicidad para dar difusión de la primera edición del Foro de Innovación y transformación digital en salud, punto de referencia, reflexión y colaboración sobre las aplicaciones de la tecnología en el sector sanitario.	
Coste estimado: 12.000,00 €	
Período de ejecución: Primer cuatrimestre	
Medios: Redes sociales	
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 INTEGRA

CAMPAÑA Nº 04.07	PILOTO 5K-10K
Objetivo: Campaña de publicidad para dar difusión de la experiencia piloto para la generación de datos abiertos en municipios de menos de 10.000 habitantes.	
Coste estimado: 12.000,00 €	
Período de ejecución: Tercer cuatrimestre	
Medios: Prensa digital, redes sociales y otros	
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 INTEGRA

CAMPAÑA Nº 04.08	FORO DE TECNOLOGÍA EMOCIONAL
Objetivo: Campaña de publicidad para dar 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: 12.000,00 €	
Período de ejecución: Tercer cuatrimestre	
Medios: Televisión, radio, prensa digital, redes sociales y otros	
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 INTEGRA

CAMPAÑA Nº 04.09	CURSOS DE FORMACIÓN ONLINE
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: Segundo y tercer cuatrimestre	
Medios: Prensa digital y redes sociales	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: General	
Ámbito: Sector público	

EJE 4: TECNOLOGÍA E INVESTIGACIÓN

CONSEJERÍA DE EMPRESA, EMPLEO, UNIVERSIDADES Y PORTAVOCIA

DIRECCIÓN GENERAL DE INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN CIENTÍFICA

CAMPAÑA Nº 04.10	PLAN COMPLEMENTARIO DE AGROALIMENTACIÓN
Objetivo: Dar a conocer el Plan Complementario de Agroalimentación como motor para conseguir la transferencia del conocimiento al tejido productivo y dar a conocer a la población el valor de la Ciencia y la Tecnología en estas áreas estratégicas para la Región.	
Coste estimado: 12.000,00 €	
Período de ejecución: Anual	
Medios: Televisión, radio y redes sociales	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: General	
Ámbito: Administración general	

EJE 4: TECNOLOGÍA E INVESTIGACIÓN

CONSEJERÍA DE EMPRESA, EMPLEO, UNIVERSIDADES Y PORTAVOCIA

DIRECCIÓN GENERAL DE INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN CIENTÍFICA

CAMPAÑA Nº 04.11	PLAN COMPLEMENTARIO DE CIENCIAS MARINAS
Objetivo: Dar a conocer el Plan Complementario de Ciencias Marinas como motor para conseguir la transferencia del conocimiento al tejido productivo y dar a conocer a la población el valor de la Ciencia y la Tecnología en estas áreas estratégicas para la Región.	
Coste estimado: 12.000,00 €	
Período de ejecución: Anual	
Medios: Televisión, radio y redes sociales	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: General	
Ámbito: Administración general	

EJE 4: TECNOLOGÍA E INVESTIGACIÓN

CONSEJERÍA DE EMPRESA, EMPLEO, UNIVERSIDADES Y PORTAVOCIA

DIRECCIÓN GENERAL DE INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN CIENTÍFICA

CAMPAÑA Nº 04.12	AYUDAS PÚBLICAS PROGRAMA INVESTIGO
Objetivo: PROGRAMA INVESTIGO dirigido a la creación de empleo para los jóvenes de menos de 30 años como personal Técnico de I+D, Tecnólogos y Doctores.	
Coste estimado: 12.000,00 €	
Período de ejecución: Anual	
Medios: Televisión, radio y redes sociales	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: General	
Ámbito: Administración general	

EJE 5: INFRAESTRUCTURAS Y SEGURIDAD

CONSEJERÍA DE EMPRESA, EMPLEO, UNIVERSIDADES Y PORTAVOCIA

DIRECCIÓN GENERAL DE ENERGÍA Y ACTIVIDAD INDUSTRIAL Y MINERA

CAMPAÑA Nº 05.01	SEGURIDAD INDUSTRIAL
Objetivo: Concienciar a toda la ciudadanía acerca de las ventajas que supone mantener las instalaciones en el mejor estado de servicio y seguridad, incrementando, el nivel de calidad de las mismas.	
Coste estimado: 12.000,00 €	
Período de ejecución: Segundo cuatrimestre	
Medios: Televisión, radio 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 05.02	PLAN COPLA Y PLAN INFOMUR
Objetivo: Informar a la población 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 INFOMUR), así como dar consejos acerca de la prevención de accidentes y negligencias.	
Coste estimado: 24.000,00 €	
Período de ejecución: Segundo cuatrimestre	
Medios: Televisión, radio, prensa impresa y digital	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: Mayores de 16 años	
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	APP 112
Objetivo: Impulsar el conocimiento de la APP del 112 entre los ciudadanos de la Región de Murcia	
Coste estimado: 12.000,00 €	
Período de ejecución: Segundo cuatrimestre	
Medios: Televisión, radio, prensa impresa y exterior	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: Mayores de 16 años	
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	PROMOCIÓN DEL VOLUNTARIADO
Objetivo: Impulsar el voluntariado en todos los municipios de la Región	
Coste estimado: 15.000,00 €	
Período de ejecución: Tercer cuatrimestre	
Medios: Televisión, radio, prensa impresa y exterior	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: Mayores de 16 años	
Ámbito: Administración general	

EJE 5: INFRAESTRUCTURAS Y SEGURIDAD

CONSEJERÍA DE FOMENTO E INFRAESTRUCTURAS

DIRECCIÓN GENERAL DE TERRITORIO Y ARQUITECTURA

CAMPAÑA Nº 05.05	NUEVO MODELO TERRITORIAL, DE CONSTRUCCIÓN Y ARQUITECTURA SOSTENIBLE
Objetivo: Dar a conocer las medidas contenidas en el nuevo modelo territorial, de construcción y arquitectura sostenible dirigido a fomentar ciudades saludables que mejoren la calidad de vida de las personas y rebajar los consumos energéticos de las viviendas.	
Coste estimado: 15.000,00 €	
Período de ejecución: Tercer cuatrimestre	
Medios: Televisión, radio, prensa impresa y digital, redes sociales, exterior y otros	
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 05.06	MOVIBUS - MOVILIDAD COTIDIANA
Objetivo: Dar a conocer el nuevo sistema de transporte público más accesible, tecnológico y ecoeficaz.	
Coste estimado: 17.000,00 €	
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 6: POLÍTICAS SOCIALES

CONSEJERÍA DE MUJER, IGUALDAD, LGTBI, FAMILIAS, POLITICA SOCIAL Y TRANSPARENCIA

DIRECCIÓN GENERAL DE FAMILIAS Y PROTECCIÓN DE MENORES

CAMPAÑA Nº 06.01	ACOGIMIENTO FAMILIAR
Objetivo: Campaña dirigida al fomento del acogimiento familiar	
Coste estimado: 15.000,00 €	
Período de ejecución: Tercer cuatrimestre	
Medios: Radio y prensa impresa	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: General	
Ámbito: Administración general	

EJE 6: POLÍTICAS SOCIALES

CONSEJERÍA DE MUJER, IGUALDAD, LGTBI, FAMILIAS, POLITICA SOCIAL Y TRANSPARENCIA

DIRECCIÓN GENERAL DE FAMILIAS Y PROTECCIÓN DE MENORES

CAMPAÑA Nº 06.02	EXTUTELADOS
Objetivo: Sensibilizar y visibilizar acerca de la situación de los menores en acogimiento cuando cumplen la mayoría de edad, su historia de vida y como proyección del futuro en nuestra sociedad.	
Coste estimado: 12.000,00 €	
Período de ejecución: Tercer cuatrimestre	
Medios: Radio, prensa impresa y digital, exterior y otros	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: General	
Ámbito: Administración general	

EJE 6: POLÍTICAS SOCIALES

CONSEJERÍA DE MUJER, IGUALDAD, LGTBI, FAMILIAS, POLITICA SOCIAL Y TRANSPARENCIA

DIRECCIÓN GENERAL DE FAMILIAS Y PROTECCIÓN DE MENORES

CAMPAÑA Nº 06.03	DERECHOS DE LA INFANCIA
Objetivo: Dar a conocer los derechos de la infancia y concienciar a las personas de la importancia de trabajar día a día por su bienestar y desarrollo, así como hacer actores partícipes de esta lucha a los propios niños y niñas.	
Coste estimado: 12.000,00 €	
Período de ejecución: Tercer cuatrimestre	
Medios: Televisión, prensa digital, redes sociales y exterior	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: General	
Ámbito: Administración general	

EJE 6: POLÍTICAS SOCIALES

CONSEJERÍA DE MUJER, IGUALDAD, LGTBI, FAMILIAS, POLITICA SOCIAL Y TRANSPARENCIA

DIRECCIÓN GENERAL DE FAMILIAS Y PROTECCIÓN DE MENORES

CAMPAÑA Nº 06.04	CONTRA EL MALTRATO INFANTIL
Objetivo: Reivindicar dando visibilidad a la violencia contra la infancia, concienciando tanto a los agentes sociales como a la ciudadanía en este sentido. Se trata de destacar la necesidad de crear una sociedad futura mas justa y ausente de violencia mediante el cuidado y buen trato a los menores del presente.	
Coste estimado: 15.000,00 €	
Período de ejecución: Primer cuatrimestre	
Medios: Televisión, radio y prensa impresa	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: General	
Ámbito: Administración general	

EJE 6: POLÍTICAS SOCIALES

CONSEJERÍA DE MUJER, IGUALDAD, LGTBI, FAMILIAS, POLITICA SOCIAL Y TRANSPARENCIA

DIRECCIÓN GENERAL DE MUJER Y DIVERSIDAD DE GÉNERO

CAMPAÑA Nº 06.05	DÍA INTERNACIONAL DE LA MUJER
Objetivo: Garantizar la igualdad de oportunidades de las mujeres, incluido el fomento de la actividad asociativa, de participación y prestación de servicios específicos desde instituciones públicas y privadas y en especial, las medidas relativas a la atención integral y sensibilización.	
Coste estimado: 18.000,00 €	
Período de ejecución: Primer cuatrimestre	
Medios: Televisión, radio y prensa impresa	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: General	
Ámbito: Administración general	

EJE 6: POLÍTICAS SOCIALES

CONSEJERÍA DE MUJER, IGUALDAD, LGTBI, FAMILIAS, POLITICA SOCIAL Y TRANSPARENCIA

DIRECCIÓN GENERAL DE MUJER Y DIVERSIDAD DE GÉNERO

CAMPAÑA Nº 06.06	DÍA INTERNACIONAL DEL ORGULLO DE LESBIANAS, GAYS, TRANSEXUALES Y BISEXUALES
Objetivo: Difundir la necesidad de que la sociedad asuma una visión respetuosa e inclusiva que acabe con los estereotipos creados por la ignorancia y que conducen a la transfobia, así como a otras LGTBfobias.	
Coste estimado: 12.000,00 €	
Período de ejecución: Segundo cuatrimestre	
Medios: Televisión, radio y prensa impresa	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: General	
Ámbito: Administración general	

EJE 6: POLÍTICAS SOCIALES

CONSEJERÍA DE MUJER, IGUALDAD, LGTBI, FAMILIAS, POLITICA SOCIAL Y TRANSPARENCIA

DIRECCIÓN GENERAL DE MUJER Y DIVERSIDAD DE GÉNERO

CAMPAÑA Nº 06.07	DÍA INTERNACIONAL DE LAS MUJERES RURALES
Objetivo: Reivindicar el papel de agricultoras y ganaderas en las zonas rurales a que tanto me manera que puedan contar con las mismas oportunidades que los hombres.	
Coste estimado: 12.000,00 €	
Período de ejecución: Tercer cuatrimestre	
Medios: Radio, prensa impresa y exterior	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: General	
Ámbito: Administración general	

EJE 6: POLÍTICAS SOCIALES

CONSEJERÍA DE MUJER, IGUALDAD, LGTBI, FAMILIAS, POLITICA SOCIAL Y TRANSPARENCIA

DIRECCIÓN GENERAL DE MUJER Y DIVERSIDAD DE GÉNERO

CAMPAÑA Nº 06.08	DÍA INTERNACIONAL PARA LA ELIMINACIÓN DE LA VIOLENCIA CONTRA LA MUJER
Objetivo: Dar a conocer los recursos que están a disposición de las mujeres que sufren violencia de género y las actuaciones para prevenir cualquier tipo de violencia.	
Coste estimado: 15.000,00 €	
Período de ejecución: Tercer cuatrimestre	
Medios: Televisión, radio, prensa impresa y exterior	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: General	
Ámbito: Administración general	

EJE 6: POLÍTICAS SOCIALES

CONSEJERÍA DE MUJER, IGUALDAD, LGTBI, FAMILIAS, POLITICA SOCIAL Y TRANSPARENCIA

DIRECCIÓN GENERAL DE SERVICIOS SOCIALES Y RELACIONES CON EL TERCER SECTOR

CAMPAÑA Nº 06.09	CONTRA EL RACISMO Y LA XENOFOBIA
Objetivo: Identificar y combatir el racismo y la xenofobia	
Coste estimado: 14.500,00 €	
Período de ejecución: Primer cuatrimestre	
Medios: Televisión, radio, prensa impresa y exterior	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: General	
Ámbito: Administración general	

EJE 6: POLÍTICAS SOCIALES

CONSEJERÍA DE MUJER, IGUALDAD, LGTBI, FAMILIAS, POLITICA SOCIAL Y TRANSPARENCIA

DIRECCIÓN GENERAL DE SERVICIOS SOCIALES Y RELACIONES CON EL TERCER SECTOR

CAMPAÑA Nº 06.10	CONTRA EL ODIO Y LA DISCRIMINACIÓN
Objetivo: Difundir el derecho de las personas a mostrarse tal como son, independientemente de su origen nacional o étnico, ideología, identidad sexual, sexo o género , religión , capacidades intelectuales o físicas para reflejar que la sociedad murciana es una sociedad plural y diversa.	
Coste estimado: 15.000,00 €	
Período de ejecución: Primer y segundo cuatrimestre	
Medios: Televisión, radio, prensa impresa y exterior	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: Jóvenes	
Ámbito: Administración general	

EJE 6: POLÍTICAS SOCIALES

CONSEJERÍA DE MUJER, IGUALDAD, LGTBI, FAMILIAS, POLITICA SOCIAL Y TRANSPARENCIA

DIRECCIÓN GENERAL DE SERVICIOS SOCIALES Y RELACIONES CON EL TERCER SECTOR

CAMPAÑA Nº 06.11	SERVICIOS SOCIALES
Objetivo: Dar a conocer las prestaciones y servicios con que cuenta el sistema público de servicios sociales.	
Coste estimado: 15.000,00 €	
Período de ejecución: Segundo cuatrimestre	
Medios: Televisión, radio, prensa impresa y exterior	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: Jóvenes	
Ámbito: Administración general	

EJE 6: POLÍTICAS SOCIALES

CONSEJERÍA DE MUJER, IGUALDAD, LGTBI, FAMILIAS, POLITICA SOCIAL Y TRANSPARENCIA

DIRECCIÓN GENERAL DE SERVICIOS SOCIALES Y RELACIONES CON EL TERCER SECTOR

CAMPAÑA Nº 06.12	DÍA INTERNACIONAL DE LAS PERSONAS CON DISCAPACIDAD
Objetivo: Sensibilizar sobre las barreras sociales que impiden a las personas con discapacidad participar y ejercer sus derechos en igualdad de condiciones que el resto de la población.	
Coste estimado: 12.000,00 €	
Período de ejecución: Tercer cuatrimestre	
Medios: Prensa impresa y digital, redes sociales, exterior y otros	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: General	
Ámbito: Administración general	

EJE 6: POLÍTICAS SOCIALES

CONSEJERÍA DE MUJER, IGUALDAD, LGTBI, FAMILIAS, POLITICA SOCIAL Y TRANSPARENCIA

DIRECCIÓN GENERAL DE SERVICIOS SOCIALES Y RELACIONES CON EL TERCER SECTOR

CAMPAÑA Nº 06.13	DÍA INTERNACIONAL DE LAS PERSONAS MAYORES
Objetivo: Sensibilizar sobre las personas mayores, su situación y las barreras que les impiden participar y ejercer sus derechos en igualdad de condiciones que el resto de la población.	
Coste estimado: 12.000,00 €	
Período de ejecución: Tercer cuatrimestre	
Medios: Prensa impresa y digital, redes sociales, exterior y otros	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: General	
Ámbito: Administración general	

EJE 6: POLÍTICAS SOCIALES

CONSEJERÍA DE MUJER, IGUALDAD, LGTBI, FAMILIAS, POLITICA SOCIAL Y TRANSPARENCIA

DIRECCIÓN GENERAL DE SERVICIOS SOCIALES Y RELACIONES CON EL TERCER SECTOR

CAMPAÑA Nº 06.14	EL CUIDADO DE LOS 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: 12.000,00 €	
Período de ejecución: Tercer cuatrimestre	
Medios: Prensa impresa y digital, redes sociales y otros	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: General	
Ámbito: Administración general	

EJE 6: POLÍTICAS SOCIALES

CONSEJERÍA DE MUJER, IGUALDAD, LGTBI, FAMILIAS, POLITICA SOCIAL Y TRANSPARENCIA

DIRECCIÓN GENERAL DE SERVICIOS SOCIALES Y RELACIONES CON EL TERCER SECTOR

CAMPAÑA Nº 06.15	DIA INTERNACIONAL CONTRA LA DISCRIMINACION RACIAL
Objetivo: Identificar y combatir el racismo y la xenofobia. Concienciar a la ciudadanía sobre las causas que los generan.	
Coste estimado: 12.000,00 €	
Período de ejecución: Primer cuatrimestre	
Medios: Televisión, radio, prensa impresa y exterior	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: Jóvenes	
Ámbito: Administración general	

EJE 6: POLÍTICAS SOCIALES

CONSEJERÍA DE FOMENTO E INFRAESTRUCTURAS

DIRECCIÓN GENERAL DE VIVIENDA

CAMPAÑA Nº 06.16	AYUDAS PARA LA PROTECCIÓN DEL HOGAR
Objetivo: Informar de las ayudas y servicios para garantizar el acceso a un hogar, así como las subvenciones públicas destinadas a reforzar la seguridad y salud de las viviendas a través de obras de rehabilitación o mejora de la eficiencia energética.	
Coste estimado: 12.000,00 €	
Período de ejecución: Tercer cuatrimestre	
Medios: Televisión, radio, prensa impresa y digital, redes sociales, exterior y otros	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: General	
Ámbito: Administración general	

EJE 8: MEDIO AMBIENTE

CONSEJERÍA DE TRANSPARENCIA, PARTICIPACIÓN Y ADMINISTRACIÓN PÚBLICA

DIRECCIÓN GENERAL DE SEGURIDAD CIUDADANA Y EMERGENCIAS

CAMPAÑA Nº 08.01	PREVENCIÓN DE INCENDIOS FORESTALES
Objetivo: Concienciar del peligro de las negligencias en zonas forestales, haciendo participe, al ciudadano del daño que pueden llegar a ocasionar.	
Coste estimado: 18.000,00 €	
Período de ejecución: Segundo cuatrimestre	
Medios: Televisión, radio, prensa impresa y digital	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: Mayores de 16 años	
Ámbito: Administración general	

EJE 8: MEDIO AMBIENTE

CONSEJERÍA DE FOMENTO E INFRAESTRUCTURAS

DIRECCIÓN GENERAL DE TERRITORIO Y ARQUITECTURA

CAMPAÑA Nº 08.02	HUMEDAL DE "EL CARMOLÍ
Objetivo: Difundir el proyecto regional para la puesta en valor del humedal del Carmolí, la mayor ventana paisajística en el Mar Menor.	
Coste estimado: 12.000,00 €	
Período de ejecución: Segundo cuatrimestre	
Medios: Televisión, radio, prensa impresa y digital, redes sociales, exterior y otros	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: General	
Ámbito: Administración general	

EJE 9: PARTICIPACIÓN CIUDADANA Y FECHAS CONMEMORATIVAS

CONSEJERÍA DE PRESIDENCIA, TURISMO, CULTURA Y DEPORTES

DIRECCIÓN GENERAL DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL

CAMPAÑA Nº 09.01	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 la ciudadanía.	
Coste estimado: 1.500,00 €	
Período de ejecución: Segundo cuatrimestre	
Medios: Prensa impresa	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: General	
Ámbito: Administración general	

EJE 9: PARTICIPACIÓN CIUDADANA Y FECHAS CONMEMORATIVAS

CONSEJERÍA DE PRESIDENCIA, TURISMO, CULTURA Y DEPORTES

DIRECCIÓN GENERAL DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL

CAMPAÑA Nº 09.02	40 ANIVERSARIO DEL ESTATUTO DE AUTONOMÍA DE LA REGIÓN DE MURCIA
Objetivo: Difundir el significado del Día de la Región de Murcia entre los ciudadanos, divulgar las señas de la identidad regional así como fomentar el conocimiento sobre el Estatuto de Autonomía y su aniversario.	
Coste estimado: 245.000,00 €	
Período de ejecución: Segundo cuatrimestre	
Medios: Televisión, radio, prensa impresa y digital	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: General	
Ámbito: Administración general	

EJE 9: PARTICIPACIÓN CIUDADANA Y FECHAS CONMEMORATIVAS

CONSEJERÍA DE EMPRESA, EMPLEO, UNIVERSIDADES Y PORTAVOCIA

DIRECCIÓN GENERAL DE UNIÓN EUROPEA

CAMPAÑA Nº 09.03	DÍA DE EUROPA 2022
Objetivo: Difundir a través de un anuncio en TV y RRSS la efeméride europea en la sociedad murciana, y mejorar el grado de conocimiento ciudadano de la Unión Europea, sus instituciones y funcionamiento.	
Coste estimado: 12.000,00 €	
Período de ejecución: Segundo cuatrimestre	
Medios: Televisión, radio, prensa impresa 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 09.04	DATOS ABIERTOS COMO GENERADOR DE UN DESARROLLO SOSTENIBLE
Objetivo: Dar a conocer lo que son los datos abiertos (OPEN DATA), como generadores de empleo, valor económico y desarrollo sostenible.	
Coste estimado: 16.000,00 €	
Período de ejecución: Tercer cuatrimestre	
Medios: Televisión, radio, prensa impresa y exterior	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: Empresarios	
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 09.05	OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE
Objetivo: Promocionar los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) en la Región y su afianzamiento entre la ciudadanía.	
Coste estimado: 15.000,00 €	
Período de ejecución: Tercer cuatrimestre	
Medios: Televisión, radio, prensa impresa y digital	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: Mayores de 16 años	
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 09.06	PLATAFORMA DE PARTICIPACIÓN CIUDADANA
Objetivo: Promocionar la plataforma de participación ciudadana.	
Coste estimado: 15.000,00 €	
Período de ejecución: Segundo y tercer cuatrimestre	
Medios: Televisión, radio y prensa impresa	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: Mayores de 16 años	
Ámbito: Administración general	

EJE 9: PARTICIPACIÓN CIUDADANA Y FECHAS CONMEMORATIVAS

CONSEJERÍA DE TRANSPARENCIA, PARTICIPACIÓN Y ADMINISTRACIÓN PÚBLICA

DIRECCIÓN GENERAL DE REGENERACIÓN Y MODERNIZACIÓN ADMINISTRATIVA

CAMPAÑA Nº 09.07	SEDE ELECTRÓNICA MÁS FÁCIL
Objetivo: Difundir las funcionalidades y herramientas de la sede electrónica de la CARM por parte de la ciudadanía y empresas, y dar a conocer las mejoras en su accesibilidad y usabilidad.	
Coste estimado: 12.000,00 €	
Período de ejecución: Segundo cuatrimestre	
Medios: Radio, prensa impresa y digital y exterior	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: Mayores de 16 años	
Ámbito: Administración general	

EJE 9: PARTICIPACIÓN CIUDADANA Y FECHAS CONMEMORATIVAS

CONSEJERÍA DE TRANSPARENCIA, PARTICIPACIÓN Y ADMINISTRACIÓN PÚBLICA

DIRECCIÓN GENERAL DE REGENERACIÓN Y MODERNIZACIÓN ADMINISTRATIVA

CAMPAÑA Nº 09.08	CITA PREVIA MÁS FÁCIL
Objetivo: Dar a conocer el nuevo sistema para solicitar cita para la atención presencial en las Oficinas de Atención al Público de la CARM.	
Coste estimado: 12.000,00 €	
Período de ejecución: Segundo cuatrimestre	
Medios: Televisión, radio, prensa impresa y exterior	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: Mayores de 16 años	
Ámbito: Administración general	

EJE 9: PARTICIPACIÓN CIUDADANA Y FECHAS CONMEMORATIVAS

CONSEJERÍA DE TRANSPARENCIA, PARTICIPACIÓN Y ADMINISTRACIÓN PÚBLICA

DIRECCIÓN GENERAL DE REGENERACIÓN Y MODERNIZACIÓN ADMINISTRATIVA

CAMPAÑA Nº 09.09	CARPETA EMPRESARIAL
Objetivo: Dar a conocer la nueva carpeta empresarial, donde se depositará toda la documentación relativa a las empresas que precisen las Administraciones Públicas para tramitar sus procedimientos.	
Coste estimado: 12.000,00 €	
Período de ejecución: Segundo y tercer cuatrimestre	
Medios: Televisión, radio, prensa impresa y digital y exterior	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: Autónomos,Empresarios	
Ámbito: Administración general	

EJE 9: PARTICIPACIÓN CIUDADANA Y FECHAS CONMEMORATIVAS

CONSEJERÍA DE FOMENTO E INFRAESTRUCTURAS

SECRETARÍA GENERAL DE LA CONSEJERÍA DE FOMENTO E INFRAESTRUCTURAS

CAMPAÑA Nº 09.10	PROCESO PARTICIPATIVO SOBRE EL PACTO POR LAS INFRAESTRUCTURAS DE LA REGIÓN DE MURCIA
Objetivo: Difundir el proceso de participación ciudadana iniciado por la Comunidad para que los ciudadanos de la Región de Murcia aporten sus propuestas para la conformación del Pacto por las Infraestructuras de la Región de Murcia.	
Coste estimado: 16.000,00 €	
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

CONSEJERÍA DE PRESIDENCIA, TURISMO, CULTURA Y DEPORTES

DIRECCIÓN GENERAL DE COMPETITIVIDAD Y CALIDAD TURÍSTICAS

CAMPAÑA Nº 10.01	TURISMO DE CALIDAD
Objetivo: La promoción de los propios valores, imagen o señas de identidad del territorio o la población de la administración anunciante. 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.	
Coste estimado: 18.000,00 €	
Período de ejecución: Segundo cuatrimestre	
Medios: Televisión, radio, prensa impresa y redes sociales	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: General	
Ámbito: Administración general	

EJE 10: CULTURA Y TURISMO

CONSEJERÍA DE PRESIDENCIA, TURISMO, CULTURA Y DEPORTES

DIRECCIÓN GENERAL DE PATRIMONIO CULTURAL

CAMPAÑA Nº 10.02	REGIÓN DE MURCIA, REGIÓN DE LETRAS
Objetivo: Fomento de las actividades y servicios de la Biblioteca Regional en el marco del Plan de Fomento de la Lectura 2020-2023.	
Coste estimado: 15.000,00 €	
Período de ejecución: Tercer cuatrimestre	
Medios: Televisión, radio, prensa impresa, redes sociales y otros	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: General	
Ámbito: Administración general	

EJE 10: CULTURA Y TURISMO

CONSEJERÍA DE PRESIDENCIA, TURISMO, CULTURA Y DEPORTES

DIRECCIÓN GENERAL DE JUVENTUD

CAMPAÑA Nº 10.03	FESTIVAL ESTRENARTE
Objetivo: Dar a conocer el festival Estrenarte como una forma de fomentar el talento joven de la Región de Murcia.	
Coste estimado: 17.000,00 €	
Período de ejecución: Segundo y tercer cuatrimestre	
Medios: Radio y redes sociales	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: Jóvenes	
Ámbito: Administración general	

EJE 10: CULTURA Y TURISMO

CONSEJERÍA DE PRESIDENCIA, TURISMO, CULTURA Y DEPORTES

DIRECCIÓN GENERAL DE DEPORTES

CAMPAÑA Nº 10.04	I JUEGOS NACIONALES DEL AGUA
Objetivo: Dar a conocer la organización y el calendario de desarrollo de un evento deportivo, singular y único, que es la primera vez que se celebrará en España, de los Juegos Nacionales del Agua. Discurrirá en distintas sedes del Mar Menor de los Ayuntamientos de San Pedro del Pinatar, San Javier, Los Alcázares y en Cartagena, tanto en la zona de Cabo de Palos como el puerto y ciudad. Se celebrará entre el 19 de septiembre y el 2 de octubre de 2022.	
Coste estimado: 15.000,00 €	
Período de ejecución: Segundo y tercer cuatrimestre	
Medios: Televisión, radio, prensa impresa y digital y redes sociales	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: Ayuntamientos,Clubes y Federaciones Deportivas	
Ámbito: Administración general	

EJE 10: CULTURA Y TURISMO

CONSEJERÍA DE PRESIDENCIA, TURISMO, CULTURA Y DEPORTES

DIRECCIÓN GENERAL DE ADMINISTRACIÓN LOCAL

CAMPAÑA Nº 10.05	REGIÓN DE MURCIA TAURINA
Objetivo: Informar de las distintas actividades que se realizan con motivo de eventos y ferias taurinas que se desarrollan en nuestra comunidad autónoma, y que contribuyen al fomento de la cultura y a incentivar el sector turístico y comercial	
Coste estimado: 12.000,00 €	
Período de ejecución: Segundo y tercer cuatrimestre	
Medios: Televisión, radio, prensa impresa y digital, redes sociales, exterior y otros	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: General	
Ámbito: Administración general	

EJE 10: CULTURA Y TURISMO

CONSEJERÍA DE PRESIDENCIA, TURISMO, CULTURA Y DEPORTES

INSTITUTO DE TURISMO DE LA REGIÓN DE MURCIA

CAMPAÑA Nº 10.06	CENTRO DE CUALIFICACIÓN TURÍSTICA Y SUS ACCIONES
Objetivo: El Centro de Cualificación Turística - CCT tiene como misión el aumento de la cualificación y competitividad del sector turístico y la generación de empleo de calidad dentro del mismo mediante la apuesta por una formación adecuada, práctica, diversificada y descentralizada. La campaña contribuiría a mejorar la visibilidad del CCT, sus acciones, alumnos y resultados a nivel regional.	
Coste estimado: 18.000,00 €	
Período de ejecución: Anual	
Medios: Televisión, radio, prensa impresa y digital, redes sociales, cine, exterior y otros	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: General	
Ámbito: Sector público	

EJE 10: CULTURA Y TURISMO

CONSEJERÍA DE PRESIDENCIA, TURISMO, CULTURA Y DEPORTES

INSTITUTO DE TURISMO DE LA REGIÓN DE MURCIA

CAMPAÑA Nº 10.07	1.001 SABORES Y PASAPORTE GASTRONÓMICO
Objetivo: Posicionar la gastronomía regional como uno de los grandes atractivos turísticos a nivel nacional y regional.	
Coste estimado: 18.000,00 €	
Período de ejecución: Anual	
Medios: Televisión, radio, prensa impresa y digital, redes sociales, cine, exterior y otros	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: General	
Ámbito: Sector público	

EJE 10: CULTURA Y TURISMO

CONSEJERÍA DE PRESIDENCIA, TURISMO, CULTURA Y DEPORTES

INSTITUTO DE TURISMO DE LA REGIÓN DE MURCIA

CAMPAÑA Nº 10.08	PROMOCIÓN TURISTICA 2022
Objetivo: Campañas de promoción de los atractivos turísticos de la Región de Murcia a nivel internacional, nacional y regional	
Coste estimado: 2.750.000,00 €	
Período de ejecución: Anual	
Medios: Televisión, radio, prensa impresa y digital, redes sociales, cine, exterior y otros	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: General	
Ámbito: Sector público	

40 AÑOS AUTONOMÍA REGIÓN DE MURCIA 1982 2022

GUILLERMO INSA MARTÍNEZ, ACTUANDO COMO SECRETARIO DEL CONSEJO DE PUBLICIDAD Y COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL DE LA COMUNIDAD AUTÓNOMA DE LA REGIÓN DE MURCIA,

CERTIFICA: Que el día 6 de septiembre de 2022 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 2022, 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).*

INSA MART NEZ, GUILLERMO 06/09/2022 13:50:18
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 del código seguro de

GONZÁLEZ RODRÍGUEZ, AMPARO 06/09/2022 14:51:25 | GARCIA LOSILLA, ESTHER 06/09/2022 14:53:19

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 del código seguro de

INFORME

SOLICITANTE: Dirección General de Comunicación Institucional

REF.: 22 INF 0171/AGR

ASUNTO: Aprobación del Plan de Comunicación y Publicidad Institucional 2022 de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia.

En relación con el asunto referenciado, y a los efectos previstos en el artículo 11 del Decreto 53/2001, de 15 de junio, por el que se establece la estructura orgánica de la Consejería de Presidencia, por este Servicio Jurídico se emite el siguiente informe con base en los siguientes

ANTECEDENTES

PRIMERO.- Se ha remitido a esta Secretaría General por comunicación interior nº 238491/2022, expediente relativo al "Plan anual de comunicación y publicidad institucional 2022" 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 2022.

TERCERO.- Obra en el expediente certificación emitida por el Secretario del Consejo de Publicidad y Comunicación Institucional, de fecha 6 de septiembre de 2022, en el que se indica que se propone para su elevación y aprobación por Consejo de Gobierno el "Plan de comunicación y publicidad institucional 2022" aprobado por dicho Consejo en su sesión de 6 de septiembre de 2022.

A la vista de los referidos antecedentes procede realizar las siguientes

GONZÁLEZ RODRÍGUEZ, AMPARO 06/09/2022 14:51:25 GARCIA LOSILLA, ESTHER 06/09/2022 14:53:19
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 del código seguro de

CONSIDERACIONES

PRIMERA.- Régimen Jurídico.

El artículo 10.Uno.30 de la Ley Orgánica 4/1982, de 9 de junio, del Estatuto de Autonomía para 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 aprobó 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 29/2005, de 29 de diciembre, de Publicidad y Comunicación Institucional, de carácter básico, y con los artículos 7 a 24 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 compresión, 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.

GONZÁLEZ RODRÍGUEZ, AMPARO 06/09/2022 14:51:25 GARCIA LOSILLA, ESTHER 06/09/2022 14:53:19
Este 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 del código seguro de

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 2022, ya que no todo el contenido de la comunicación institucional es susceptible de planificación. Un claro ejemplo son los patrocinios, motivo por el cual el Plan no incluye los patrocinios concretos a realizar, aunque 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.

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”,

GONZÁLEZ RODRÍGUEZ, AMPARO 06/09/2022 14:51:25 GARCIA LOSILLA, ESTHER 06/09/2022 14:53:19
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 del código seguro de

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 2022 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 2022 (PCPI 2022).

El Plan incluye todas las campañas de publicidad institucional que tanto la Administración Pública de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia como el sector público regional pretenden desarrollar durante el ejercicio 2022.

Aunque la ley sólo obliga a incluir en los planes anuales de comunicación y publicidad institucional las campañas de publicidad institucional de la Administración Pública de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia, 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 2022 se ha estructurado en diez ejes por materias:

Eje 1. Empleo y economía.

Eje 2. Salud.

Eje 3. Educación y Juventud.

Eje 4.Tecnología e Investigación.

Eje 5. Infraestructuras y Seguridad.

Eje 6. Políticas Sociales.

Eje 7. Agua y Agricultura.

Eje 8. Medio Ambiente.

GONZÁLEZ RODRÍGUEZ, AMPARO 06/09/2022 14:51:25 GARCIA LOSILLA, ESTHER 06/09/2022 14:53:19
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 del código seguro de

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.

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 LCPI en su artículo 4 dispone que las campañas institucionales de publicidad y comunicación se desarrollen exclusivamente cuando concurran razones de interés público y en el ejercicio de competencias propias; cuando vayan a contribuir al fomento de la igualdad entre hombres y mujeres y al respeto a la diversidad social y cultural presente en la sociedad; o cuando se ajusten a las exigencias derivadas de los principios de interés ciudadano, lealtad institucional, veracidad, transparencia, eficacia, responsabilidad, eficiencia. 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 y la sostenibilidad.

De acuerdo con lo expuesto, en el apartado V del 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.

GONZÁLEZ RODRÍGUEZ, AMPARO 06/09/2022 14:51:25 GARCIA LOSILLA, ESTHER 06/09/2022 14:53:19
Esto 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 del código seguro de

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 2022 los objetivos más buscados por las distintas campañas publicitarias son:

- En primer 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 21 campañas.

GONZÁLEZ RODRÍGUEZ, AMPARO 06/09/2022 14:51:25 GARCIA LOSILLA, ESTHER 06/09/2022 14:53:19
Esto 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 del código seguro de

- En segundo lugar el objetivo a) Promover valores y conductas que consoliden la democracia, la libertad, la convivencia, la igualdad y la solidaridad con 18 campañas.
- Y en tercer lugar, con 13 campañas, 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.

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 29/2005, de 29 de diciembre, ni del artículo 10 de la ley regional.

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, de acuerdo con lo establecido en el apartado 6 del artículo 12 de la LCPI. También se publicará en dicho Portal el informe anual de evaluación que se realice del Plan, de acuerdo con el artículo 13.3 de la LCPI.

Además de la elaboración del informe anual, la ley establece la obligación legal de informar trimestralmente a la Comisión de Asuntos Generales e Institucionales y de la Unión Europea de la Asamblea Regional 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.

QUINTA.- Competencia.

De acuerdo con el artículo 12 de la LCPI al Consejo de Publicidad y Comunicación Institucional le corresponde, entre otras funciones, la elaboración de un “Plan anual de comunicación y publicidad institucional”, que será elevado para su aprobación por el Consejo de Gobierno.

El Decreto del Presidente n. º 11/2022, de 12 de mayo, de Reorganización de la Administración Regional, establece en su artículo 4 que corresponde a la Consejería de Presidencia, Turismo, Cultura y Deportes ejercer “…*las competencias de coordinación*

GONZÁLEZ RODRÍGUEZ, AMPARO 06/09/2022 14:51:25 GARCIA LOSILLA, ESTHER 06/09/2022 14:53:19
Este 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 del código seguro de

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, y la coordinación, autorización y supervisión de la misma en los organismos públicos vinculados o dependientes de aquélla, así como cualesquiera otras que le asigne la legislación vigente"

De conformidad con el artículo 6 del Decreto n. º 13/2022 de 10 de febrero, por el que se establecen los Órganos Directivos de la Consejería de Presidencia, Turismo, Cultura 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 aquélla así como cualesquiera otras que le asigne la legislación vigente".*

Así pues, vistos los preceptos citados corresponde al Consejero de Presidencia, Turismo, Cultura y Deportes, en su condición de Presidente del Consejo de Publicidad y Comunicación Institucional, elevar la propuesta de aprobación del Plan al Consejo de Gobierno. A esto se añade que 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.

SEXTA.- Tramitación posterior.

Una vez aprobado el Plan por el Consejo de Gobierno, deberá ser publicado en el Portal de Transparencia de la CARM. Igualmente de su aprobación y de su contenido íntegro,

se deberá dar cuenta a la Comisión de Asuntos Generales e Institucionales y de la Unión Europea de la Asamblea Regional en el plazo de un mes, a contar desde su aprobación, de conformidad con lo establecido en el artículo 12 de la LCPI.

En consecuencia, de acuerdo con lo expuesto, procede informar favorablemente el Plan anual de comunicación y publicidad Institucional 2022.

(Documento con fecha y firma electrónica al margen)

VºBº

LA JEFA DE SERVICIO JURÍDICO	**LA TÉCNICO SUPERIOR**
Esther García Losilla	Amparo González Rodríguez

GONZÁLEZ RODRÍGUEZ, AMPARO 06/09/2022 14:51:25 | GARCIA LOSILLA, ESTHER 06/09/2022 14:53:19
Esto 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 del código seguro de

ORTIÑO SOTO, MARCOS 07/09/2022 14:57:36
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 del código seguro de

AL CONSEJO DE GOBIERNO

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

El Decreto del Presidente n. º 11/2022, de 12 de mayo, de Reorganización de la Administración Regional, atribuye en su artículo 4 a la Consejería de Presidencia, Turismo, Cultura y Deportes las competencias en materia de comunicación institucional y publicidad institucional.

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

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 6 de septiembre de 2022, ha decidido proponer al Consejo de Gobierno la aprobación del "Plan de Comunicación y Publicidad Institucional 2022", tras acordar previamente su texto definitivo.

El Plan se ha elaborado con las propuestas formuladas por todas las Consejerías y entes del sector público regional, de acuerdo con los objetivos y prioridades por ellos fijados en el ejercicio de las políticas públicas que les son propias. Incluye todas las campañas de publicidad institucional que se prevé desarrollar por la Administración Pública de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia durante el ejercicio 2022.

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 6/2004, de 28 de diciembre, del Presidente y del Consejo de Gobierno de la Región de Murcia, que atribuye al Consejo de Gobierno la competencia para aprobar los programas, planes y directrices vinculantes para todos los órganos de la Administración Regional y de sus organismos públicos, y al amparo de lo previsto en el artículo 16.2.c) de la Ley 7/2004, de 28 de diciembre y en el artículo 12.3 de la Ley 13/2018, de 29 de noviembre, así como en mi condición de Consejero de Presidencia, Turismo, Cultura y Deportes, y de presidente del Consejo de Publicidad y 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 Comunicación y Publicidad Institucional de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia 2022, 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, CULTURA Y DEPORTES

(Documento firmado electrónicamente al margen)

Marcos Ortuño Soto

ORTUÑO SOTO, MARCOS 07/09/2022 14:57:36
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 del código seguro de

ORTUÑO SOTO, MARCOS 07/09/2022 14:57:36
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 del código seguro de

2022 PLAN ANUAL DE COMUNICACIÓN Y PUBLICIDAD INSTITUCIONAL

Región de Murcia

ORTUÑO SOTO, MARCOS 07/09/2022 14:57:36
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 del código seguro de

Edita:
Consejería de Presidencia, Turismo, Cultura y Deportes
Palacio de San Esteban
Acisclo Díaz, s/n, 30071 (Murcia)

Fecha de edición:
Julio de 2022

ORTUÑO SOTO, MARCOS 07/09/2022 14:57:36
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 del código seguro de

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 ____ 30
ANEXO ____ 33

ORTUÑO SOTO, MARCOS 07/09/2022 14:57:36
Este 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. 0
Su autenticidad puede ser contrastada accediendo a la siguiente dirección: https://sede.carm.es/verificardocumentos e introduciendo del código seguro de

PRESENTACIÓN

El Plan de Comunicación y Publicidad Institucional 2022 es el documento que contiene las líneas maestras de las acciones que en materia de comunicación publicitaria tiene previsto realizar la Administración Regional y que se confecciona en cumplimiento de lo emanado por la ley autonómica que regula estas acciones institucionales.

Un Plan de Comunicación y Publicidad Institucional de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia para el año 2022 que incluye tanto las campañas previstas desde las diferentes Consejerías, como las propuestas por los diferentes entes y organismos que de ellas dependen.

Este documento se ha redactado teniendo en cuenta las condiciones socio-económicas actuales y las previsiones que en estos momentos se barajan para el segundo semestre del ejercicio 2022. De igual forma, el presente plan debe ser una herramienta indispensable con la que fomentar y potenciar mediante las distintas campañas publicitarias, las posibilidades empresariales con las que cuenta la Región de Murcia. Características todas ellas que debemos poner de relieve con el único fin de situar a la Región de Murcia en un escalafón desde el que afrontar con más garantías esas turbulencias económicas que se atisban en el medio plazo.

De igual forma, tanto la acción comunicativa como la planificación publicitaria siguen escrupulosamente lo establecido por la legislación autonómica, justificándose todas las campañas previstas por razones de interés público al tiempo que se ajustan a las exigencias derivadas de los principios básicos de lealtad institucional, compromiso, veracidad, transparencia, eficacia y austeridad en el gasto.

Con este Plan el Gobierno Regional continúa afianzando su compromiso con una política de transparencia real en materia de comunicación institucional y con esa cercanía, tan demandada por la sociedad actual, hacia todos los ciudadanos de la Región de Murcia.

Marcos Ortuño Soto
Consejero de Presidencia, Turismo, Cultura y Deportes

ORTUÑO SOTO, MARCOS 07/09/2022 14:57:36
Este 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 del código seguro de 0

I. INTRODUCCIÓN

La importancia adquirida por la comunicación institucional aconsejó que en el primer Plan de Gobierno Abierto de la Región de Murcia, aprobado por Acuerdo de Consejo de Gobierno el 9 de mayo de 2018, se incluyera, entre las medidas dirigidas a fortalecer la transparencia, la mejora de la comunicación institucional, y más en concreto, se proponía la ordenación y racionalización de las campañas de publicidad institucional mediante planes anuales de publicidad y comunicación institucional.

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

Así, la Ley 13/2018, de 29 de noviembre, de Comunicación y Publicidad Institucional de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia, en su artículo 12 impone legalmente a la administración la obligación de elaborar un *Plan Anual de Comunicación y Publicidad Institucional* en el que se incluyan todas las campañas de comunicación y publicidad institucional que se prevea desarrollar por nuestra Administración Pública en un concreto ejercicio, en este caso durante el año 2022. 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.

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

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

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

La presente planificación trata de garantizar la utilidad pública de la información que se facilita sobre comunicación y publicidad institucional, al circunscribirla al estricto servicio de las necesidades e intereses de los ciudadanos, asegurar la máxima eficacia y aprovechamiento de los recursos públicos, así como de fortalecer la transparencia en comunicación institucional como principio propio del

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.

ORTUÑO SOTO, MARCOS 07/09/2022 14:57:36
Este 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 del código seguro de 0

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 2022.

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

Además, y aunque la ley solo exige la inclusión de las campañas a llevar a cabo por los entes y organismos integrados en el concepto normativo de Administración Pública de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia, 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.

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

Otra característica del Plan es que es un instrumento flexible, 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

ORTUÑO SOTO, MARCOS 07/09/2022 14:57:36
Este 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 del código seguro de 0

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.

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

Sin ánimo exhaustivo, a título de ejemplo y en relación con los principios generales que deben observarse, la ley prevé que las campañas institucionales de publicidad y comunicación se desarrollen exclusivamente cuando concurran razones de interés público y en el ejercicio de competencias 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 han de desarrollarse cuando concurran razones de interés público y deben estar al servicio de las necesidades e intereses de los ciudadanos, facilitando el ejercicio de sus derechos y promoviendo el cumplimiento de sus deberes.

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

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

Las prohibiciones en comunicación institucional se concretan en el artículo 10 en el que se prohíben expresamente las campañas institucionales que tengan como finalidad destacar los logros de gestión o los objetivos alcanzados por los sujetos que las impulsan; que manifiestamente menoscaben, obstaculicen o perturben las políticas públicas o cualquier actuación legítimamente realizada por otro poder público en el ejercicio de sus competencias; que incluyan mensajes discriminatorios, sexistas o contrarios a los principios, valores y derechos constitucionales, y que inciten, de forma directa o indirecta, a la violencia o a comportamientos contrarios al

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.

ORTUÑO SOTO, MARCOS 07/09/2022 14:57:36
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 del código seguro de 0

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.

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

Si bien a lo largo de 2022 no se producirá la celebración de proceso electoral de competencia autonómica, 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.

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

Finalmente, 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.

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

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 2023.

III. CONTENIDO DEL PLAN

La previsión para este año 2022 es la realización de **un total de 84 campañas publicitarias** a propuesta de las diferentes 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.

En el caso del Instituto de Turismo de la Región de Murcia (ITREM) dado que realiza a lo largo del año múltiples campañas, a efectos de este Plan se contabiliza una campaña por dicho ente, sin desagregar.

Es importante anotar que el Plan sólo incluye las campañas de publicidad institucional que se tenga previsto realizar a lo largo del año 2022, ya que no todo el contenido de la comunicación institucional es susceptible de planificación. 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 2022 es de 84, 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 del ITREM que contabiliza 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 Asamblea Regional.

ORTUÑO SOTO, MARCOS 07/09/2022 14:57:36
Este 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. 0
Su autenticidad puede ser contrastada accediendo a la siguiente dirección: https://sede.carm.es/verificardocumentos e introduciendo del código seguro de

ORTUÑO SOTO, MARCOS 07/09/2022 14:57:36
Este 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 en las que se firman se muestran en los recuadros.
Su autenticidad puede ser contrastada accediendo a la siguiente dirección: https://sede.carm.es/verificardocumentos e introduciendo del código seguro de 0

IV. EJES DEL PLAN

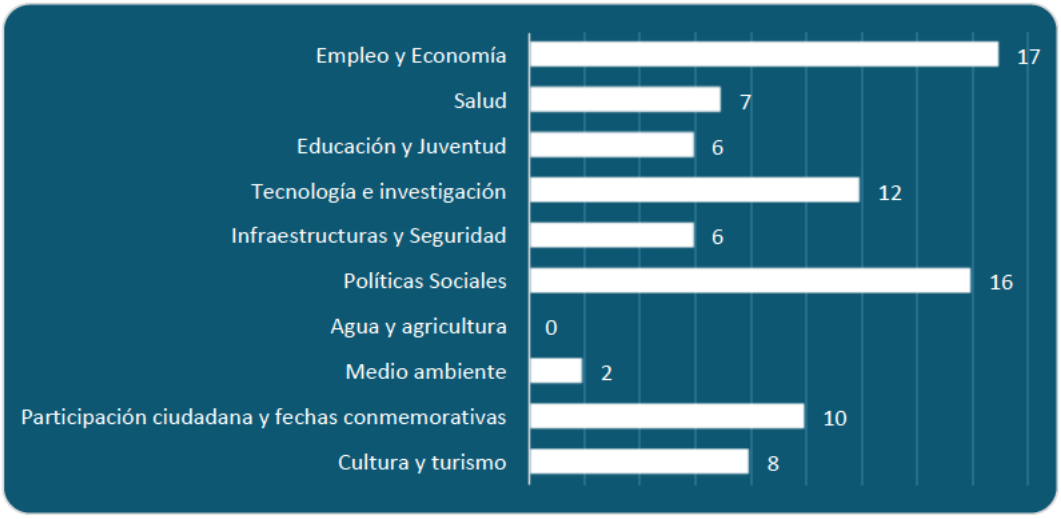
El Plan se estructura en diez ejes por materias con el objetivo de distribuir el presupuesto de publicidad y comunicación institucional de forma ordenada, equitativa, y atendiendo siempre a los principales objetivos del ejercicio y de los hitos más relevantes previstos para este año.

Los ejes por materias en este plan para 2022 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

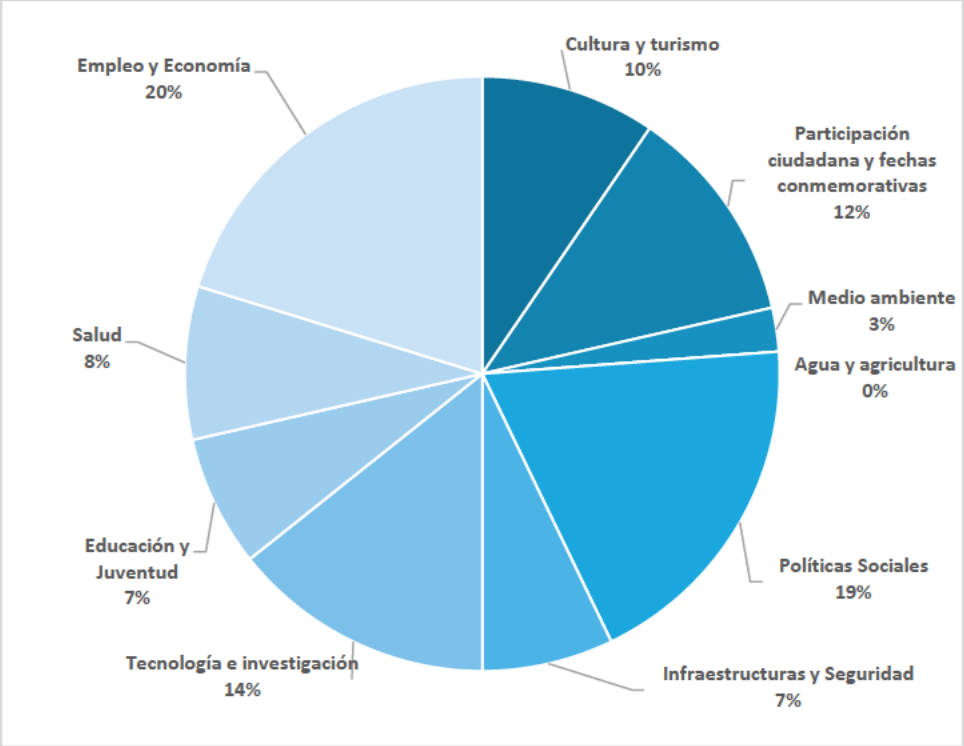
En cuanto a la distribución de las campañas por ejes, tal y como se puede ver en el gráfico a continuación, los que cuentan con un mayor número de ellas son el ***Eje 1. Empleo y Economía*** con 17 campañas y el ***Eje 6. Políticas Sociales*** con 16 campañas. Le siguen el, el ***Eje 4. Tecnología e Investigación*** con 12 y el ***Eje 9. Participación Ciudadana y Fechas conmemorativas*** con 10 campañas.

Gráfico 1. Número de campañas por Ejes



ORTUÑO SOTO, MARCOS 07/09/2022 14:57:36
Este 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 la firma se muestran en los recuadros.
Su autenticidad puede ser contrastada accediendo a la siguiente dirección: https://sede.carm.es/verificardocumentos e introduciendo del código seguro de 0

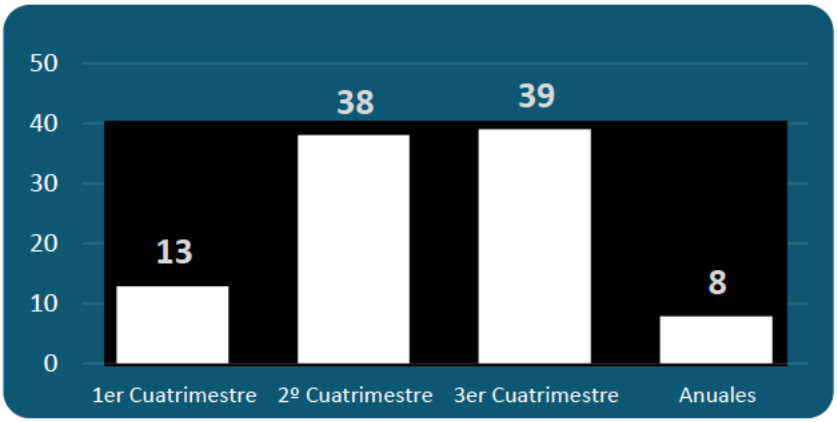
Gráfico 2. Porcentaje de número de campañas por Ejes



En lo referente al periodo de ejecución de las campañas, 8 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.

90 de ellas 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



ORTUÑO SOTO, MARCOS 07/09/2022 14:57:36
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 del código seguro de 0

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:

- 40 ANIVERSARIO DEL ESTATUTO DE AUTONOMÍA DE LA REGIÓN DE MURCIA
- LUCHA CONTRA LA BRECHA SALARIAL
- FORO DE TRANSFORMACIÓN DIGITAL EN LA ADMINISTRACIÓN PÚBLICA
- STEAM INTEGRA DIGITAL
- FORO DE TRANSFORMACIÓN DIGITAL EN EDUCACIÓN
- FORO DE TECNOLOGÍA EMOCIONAL
- PROMOCIÓN DEL VOLUNTARIADO
- EXTUTELADOS
- DÍA INTERNACIONAL DE LA MUJER
- DÍA INTERNACIONAL DEL ORGULLO DE LESBIANAS, GAYS, TRANSEXUALES Y BISEXUALES
- DÍA INTERNACIONAL DE LAS MUJERES RURALES
- DÍA INTERNACIONAL PARA LA ELIMINACIÓN DE LA VIOLENCIA CONTRA LA MUJER
- CONTRA EL RACISMO Y LA XENOFOBIA
- DÍA INTERNACIONAL DE LAS PERSONAS CON DISCAPACIDAD
- DÍA INTERNACIONAL DE LAS PERSONAS MAYORES
- DIA INTERNACIONAL CONTRA LA DISCRIMINACION RACIAL
- DÍA DE EUROPA 2022
- OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE

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:

- CANALES TELEMÁTICOS DE LA ATRM
- PERIODO VOLUNTARIO DE PAGO Y FOMENTO DE LA DOMICILIACIÓN ATRM

ORTUÑO SOTO, MARCOS 07/09/2022 14:57:36
Este 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 del código seguro de 0

- AYUDAS RETO DEMOGRÁFICO
- TRABAJADORES AUTÓNOMOS
- ECONOMÍA SOCIAL
- 20 ANIVERSARIO DEL SEF
- ACTIVA CASH RURAL
- PLANES DE COOPERACIÓN ECONOMICA CON MUNICIPIOS
- ICUAM: ACREDÍTATE
- ELECCIONES A CONSEJOS ESCOLARES DE CENTRO
- DIFUSIÓN DE OPERACIONES FEDER
- FORO DE INNOVACIÓN Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL EN SALUD
- SEGURIDAD INDUSTRIAL
- PLAN COPLA Y PLAN INFOMUR
- APP 112
- MOVIBUS - MOVILIDAD COTIDIANA
- DERECHOS DE LA INFANCIA
- DATOS ABIERTOS COMO GENERADOR DE UN DESARROLLO SOSTENIBLE
- PLATAFORMA DE PARTICIPACIÓN CIUDADANA
- PROCESO PARTICIPATIVO SOBRE EL PACTO POR LAS INFRAESTRUCTURAS DE LA REGIÓN DE MURCIA
- FESTIVAL ESTRENARTE

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:

- PROGRAMAS OPERATIVOS FEDER Y FSE
- ALBERGUES JUVENILES
- PILOTO 5K-10K
- CURSOS DE FORMACIÓN ONLINE
- ACOGIMIENTO FAMILIAR
- CARPETA EMPRESARIAL

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

- CENTRO DE ORIENTACIÓN, EMPRENDIMIENTO E INNOVACIÓN PARA EL EMPLEO
- EMPLEO JOVEN

ORTUÑO SOTO, MARCOS 07/09/2022 14:57:36
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 del código seguro de 0

- CONTRA LA PRECARIEDAD LABORAL
- ESCUELAS OFICIALES DE IDIOMAS
- FORMACIÓN PROFESIONAL
- CONCILIACIÓN EN LA ESCUELA
- REPLAY
- CONTRA EL MALTRATO INFANTIL
- SERVICIOS SOCIALES
- EL CUIDADO DE LOS MAYORES
- AYUDAS PARA LA PROTECCIÓN DEL HOGAR
- SEDE ELECTRÓNICA MÁS FÁCIL
- CITA PREVIA MÁS FÁCIL

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:

- REDUCCIÓN DE LA SINIESTRALIDAD LABORAL EN EL USO DE CARRETILLAS ELEVADORAS
- LOS RIESGOS PSICOSOCIALES TAMBIÉN SON RIESGOS LABORALES
- CONCIENCIACIÓN COVID
- VACUNACIÓN CONTRA LA GRIPE
- MOSQUITO TIGRE
- OBESIDAD INFANTIL
- CONCIENCIACIÓN SALUD MENTAL

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

- NUEVO MODELO TERRITORIAL, DE CONSTRUCCIÓN Y ARQUITECTURA SOSTENIBLE

i) Difundir ofertas de empleo público.

- AYUDAS PÚBLICAS PROGRAMA INVESTIGO

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

- CONTRA EL ODIO Y LA DISCRIMINACIÓN
- PREVENCIÓN DE INCENDIOS FORESTALES

ORTUÑO SOTO, MARCOS 07/09/2022 14:57:36
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 del código seguro de 0

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

- PROMOCIÓN DE LA ARTESANÍA
- REGIÓN DE MURCIA, REGIÓN DE COMPRAS
- HUMEDAL DE "EL CARMOLÍ
- DÍA DE LA REGIÓN
- TURISMO DE CALIDAD
- REGIÓN DE MURCIA, REGIÓN DE LETRAS
- I JUEGOS NACIONALES DEL AGUA
- REGIÓN DE MURCIA TAURINA

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
- PLAN COMPLEMENTARIO DE AGROALIMENTACIÓN
- PLAN COMPLEMENTARIO DE CIENCIAS MARINAS

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:

- MARCA COMERCIO SELECTO
- CENTRO DE CUALIFICACIÓN TURÍSTICA Y SUS ACCIONES
- 1.001 SABORES Y PASAPORTE GASTRONÓMICO
- PROMOCIÓN TURISTICA 2022

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 2022 son:

- En **primer 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 **21 campañas.**
- En **segundo lugar** el objetivo *a) Promover valores y conductas que consoliden la democracia, la libertad, la convivencia, la igualdad y la solidaridad* con **18 campañas.**

ORTUÑO SOTO, MARCOS 07/09/2022 14:57:36
Este 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 la firma se muestran en los recuadros.
Su autenticidad puede ser contrastada accediendo a la siguiente dirección: https://sede.carm.es/verificardocumentos e introduciendo del código seguro de 0

- Y en **tercer lugar,** con **13 campañas,** 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.*

Gráfico 4. Número de campañas por objetivos

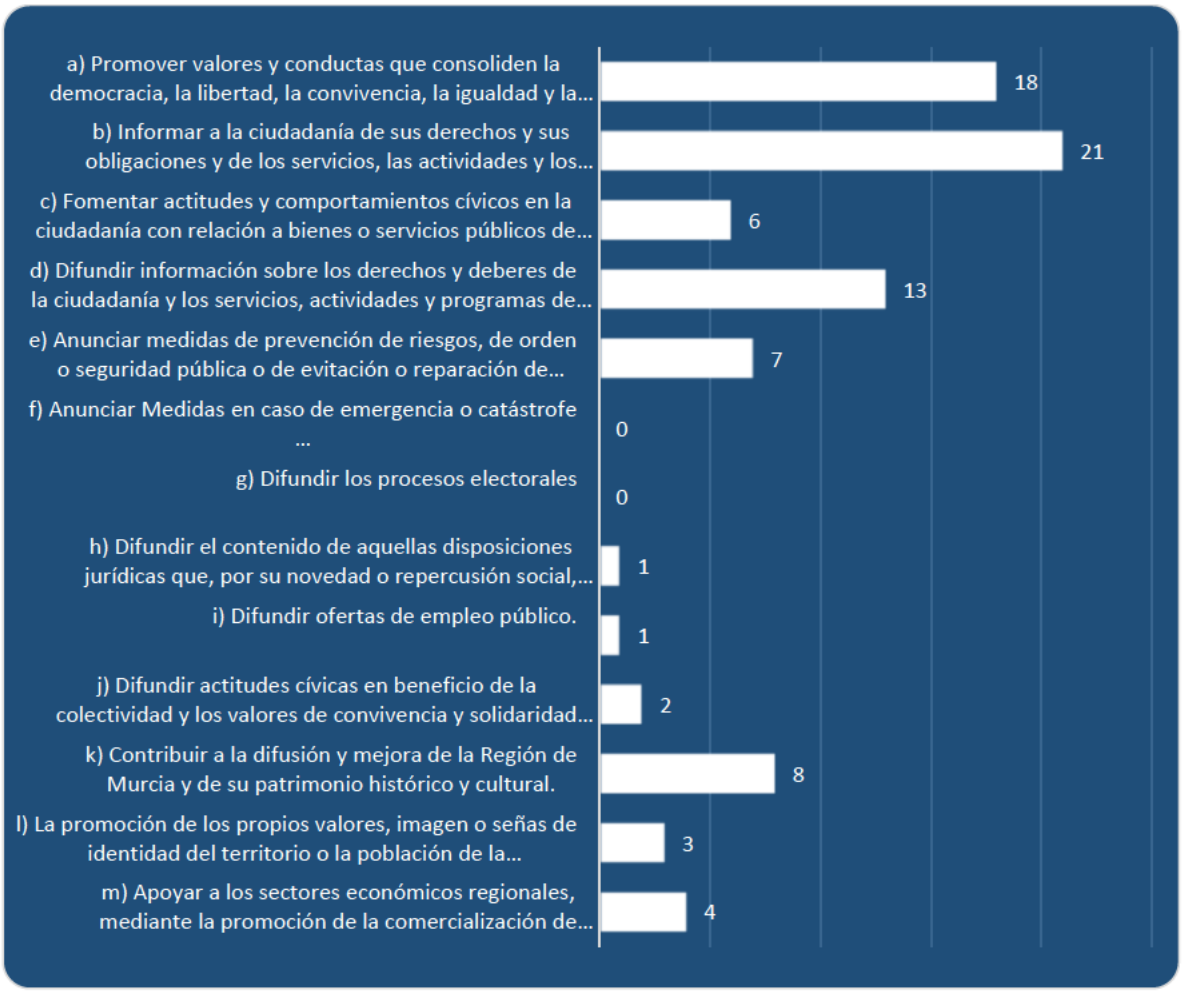


Tabla 1. Números y porcentajes de campañas por objetivos de interés público.

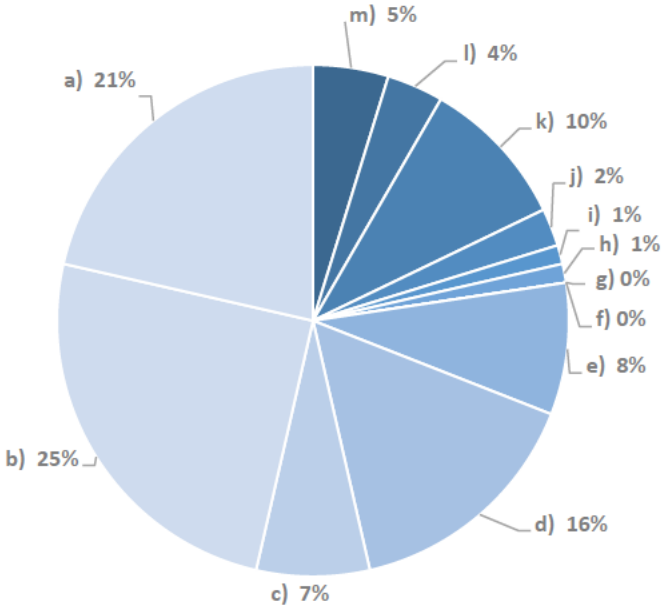
	Objetivo	Campañas	%
a)	Promover valores y conductas que consoliden la democracia, la libertad, la convivencia, la igualdad y la solidaridad.	18	21%

ORTUÑO SOTO, MARCOS 07/09/2022 14:57:36
Este 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 la firma se muestran en los recuadros.
Su autenticidad puede ser contrastada accediendo a la siguiente dirección: https://sede.carm.es/verificardocumentos e introduciendo del código seguro de 0

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.	21	25%
c)	Fomentar actitudes y comportamientos cívicos en la ciudadanía con relación a bienes o servicios públicos de carácter educativo, cultural, social, sanitario, de fomento del empleo y otros de naturaleza equivalente.	6	7%
d)	Difundir información sobre los derechos y deberes de la ciudadanía y los servicios, actividades y programas de los que se puede beneficiar.	13	15%
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.	7	8%
f)	Anunciar medidas en caso de emergencia o catástrofe...	0	0%
g)	Difundir los procesos electorales	0	0%
h)	Difundir el contenido de aquellas disposiciones jurídicas que, por su novedad o repercusión social, aconsejan su conocimiento general.	1	1%
i)	Difundir ofertas de empleo público.	1	1%
j)	Difundir actitudes cívicas en beneficio de la colectividad y los valores de convivencia y solidaridad entre los ciudadanos y ciudadanas.	2	2%
k)	Contribuir a la difusión y mejora de la Región de Murcia y de su patrimonio histórico y cultural.	8	10%
l)	La promoción de los propios valores, imagen o señas de identidad del territorio o la población de la administración anunciante.	3	4%
m)	Apoyar a los sectores económicos regionales, mediante la promoción de la comercialización de productos regionales, especialmente en el exterior de la Región de Murcia, y de acciones que impulsen a nuestra Comunidad como destino turístico.	4	5%

Gráfico 5. Objetivos legales representados porcentualmente

ORTUÑO SOTO, MARCOS 07/09/2022 14:57:36
Este 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 la firma se muestran en los recuadros.
Su autenticidad puede ser contrastada accediendo a la siguiente dirección: https://sede.carm.es/verificardocumentos e introduciendo del código seguro de 0



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.

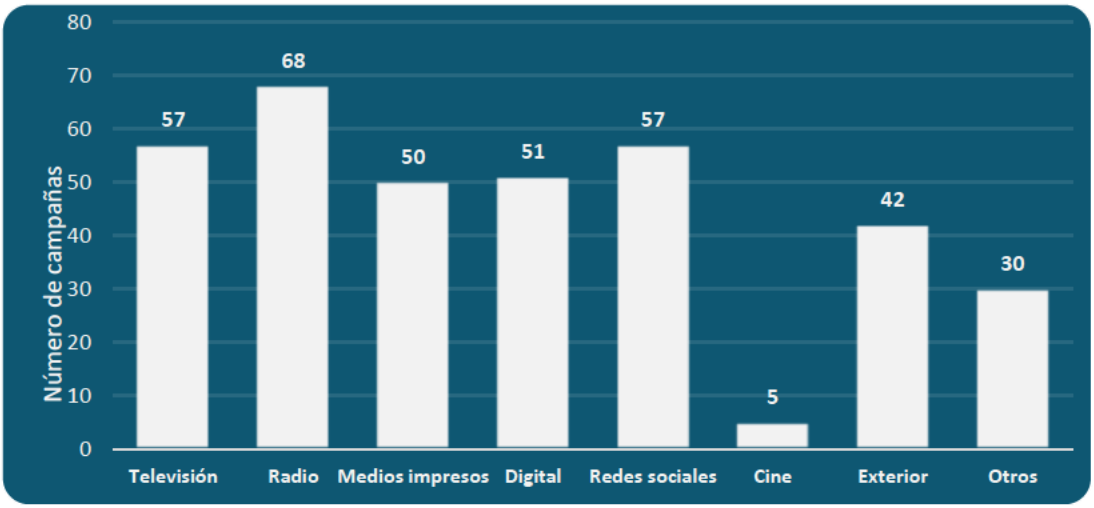
m) Apoyar a los sectores económicos regionales, mediante la promoción de la comercialización de productos regionales, especialmente en el exterior de la Región de Murcia, y de acciones que impulsen a nuestra Comunidad como destino turístico.

VI. HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN Y MEDIDAS DE ACCESIBILIDAD

De las 84 campañas a realizar, el medio más propuesto a utilizar sería la radio ya que se solicita

en 68 de ellas. Le siguen muy de cerca las redes sociales y la televisión con 57 campañas en ambos casos. A continuación encontraríamos los medios digitales (51), medios impresos (50) y el exterior (42). 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

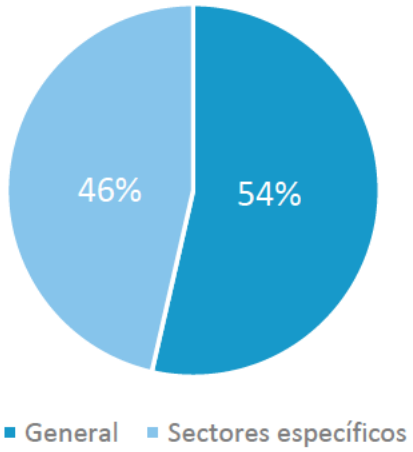
El ámbito de difusión de la gran mayoría de las campañas de publicidad y comunicación institucional es el de la Región de Murcia, excepto las que desarrolla el Instituto de Turismo de la Región de Murcia (ITREM) que se enfocan, atendiendo a la finalidad que busca dicho ente de promocionar turísticamente 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 54% de ellas se dirigen a toda la población en general, pero hay también campañas orientadas a sectores específicos, tales como: jóvenes, emprendedores, empresarios, familias, docentes, etc...

ORTUÑO SOTO, MARCOS 07/09/2022 14:57:36
Este 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 la firma se muestran en los recuadros.
Su autenticidad puede ser contrastada accediendo a la siguiente dirección: https://sede.carm.es/verificardocumentos e introduciendo del código seguro de 0

ORTUÑO SOTO, MARCOS 07/09/2022 14:57:36
Este 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 del código seguro de 0

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 importancias en las campañas de 2022 ya que a ellos se dirigen gran número de ellas. En concreto serían: AYUDAS RETO DEMOGRÁFICO, CENTRO DE ORIENTACIÓN, EMPRENDIMIENTO E INNOVACIÓN PARA EL EMPLEO, EMPLEO JOVEN, ALBERGUES JUVENILES, ESCUELAS OFICIALES DE IDIOMAS, FORMACIÓN PROFESIONAL, ELECCIONES A CONSEJOS ESCOLARES DE CENTRO, CONCILIACIÓN EN LA ESCUELA, PROMOCIÓN DEL VOLUNTARIADO, CONTRA EL ODIO Y LA DISCRIMINACIÓN, SERVICIOS SOCIALES, DIA INTERNACIONAL CONTRA LA DISCRIMINACION RACIAL, PREVENCIÓN DE INCENDIOS FORESTALES, OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE, PLATAFORMA DE PARTICIPACIÓN CIUDADANA, SEDE ELECTRÓNICA MÁS FÁCIL, CITA PREVIA MÁS FÁCIL y FESTIVAL ESTRENARTE
- Al **mundo empresarial** se dirigen las campañas de TRABAJADORES AUTÓNOMOS, ECONOMÍA SOCIAL, DATOS ABIERTOS COMO GENERADOR DE UN DESARROLLO SOSTENIBLE y CARPETA EMPRESARIAL.
- También tienen como público objetivo los **Empresarios** pero ampliándolo a los **Trabajadores** las campañas LUCHA CONTRA LA BRECHA SALARIAL, CONTRA LA PRECARIEDAD LABORAL, ICUAM: ACREDÍTATE y LOS RIESGOS PSICOSOCIALES TAMBIÉN SON RIESGOS LABORALES
- La denominada TRABAJADORES AUTÓNOMOS como su nombre indica, van dirigidas al colectivo de **Trabajadores Autónomos**.

ORTUÑO SOTO, MARCOS 07/09/2022 14:57:36
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 del código seguro de 0

- La dirigida a promocionar la ECONOMÍA SOCIAL, se dirige a las **Asociaciones de Economía Social.**
- STEAM INTEGRA DIGITAL, va enfocada a **Estudiantes y Docentes** y OBESIDAD INFANTIL a **Familias**.
- Por último, las de FORO DE TRANSFORMACIÓN DIGITAL EN LA ADMINISTRACIÓN PÚBLICA, FORO DE TRANSFORMACIÓN DIGITAL EN EDUCACIÓN, FORO DE INNOVACIÓN Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL EN SALUD y PILOTO 5K-10K tienen como público objetivo el colectivo de la **Profesionales de las áreas sociales y TIC.**

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 2021, incluyó aquel o aquellos objetivos de desarrollo sostenible que cada una de las campañas pretende alcanzar mediante su difusión, situación que se vuelve a repetir en la edición de 2022.

Los objetivos más buscados por las campañas serían principalmente dos: **ODS 8. Fomentar el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo, y el trabajo decente para todos** y el **ODS 16. Promover sociedades justas, pacíficas e inclusivas.**

A continuación los ODS, 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

- SERVICIOS SOCIALES

ORTUÑO SOTO, MARCOS 07/09/2022 14:57:36
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 del código seguro de 0

- AYUDAS PARA LA PROTECCIÓN DEL HOGAR

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

- PLAN COMPLEMENTARIO DE AGROALIMENTACIÓN

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

- CONCIENCIACIÓN COVID
- VACUNACIÓN CONTRA LA GRIPE
- MOSQUITO TIGRE
- OBESIDAD INFANTIL
- CONCIENCIACIÓN SALUD MENTAL
- ALBERGUES JUVENILES
- FORO DE INNOVACIÓN Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL EN SALUD
- APP 112
- MOVIBUS - MOVILIDAD COTIDIANA
- ACOGIMIENTO FAMILIAR
- I JUEGOS NACIONALES DEL AGUA

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

- ICUAM: ACREDÍTATE
- ESCUELAS OFICIALES DE IDIOMAS
- FORMACIÓN PROFESIONAL
- ELECCIONES A CONSEJOS ESCOLARES DE CENTRO
- STEAM INTEGRA DIGITAL
- FORO DE TRANSFORMACIÓN DIGITAL EN EDUCACIÓN
- FORO DE TECNOLOGÍA EMOCIONAL
- CURSOS DE FORMACIÓN ONLINE
- SEDE ELECTRÓNICA MÁS FÁCIL
- CITA PREVIA MÁS FÁCIL

ORTUÑO SOTO, MARCOS 07/09/2022 14:57:36
Este 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 del código seguro de 0

- REGIÓN DE MURCIA, REGIÓN DE LETRAS

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

- LUCHA CONTRA LA BRECHA SALARIAL
- DÍA INTERNACIONAL DE LA MUJER
- DÍA INTERNACIONAL DE LAS MUJERES RURALES
- DÍA INTERNACIONAL PARA LA ELIMINACIÓN DE LA VIOLENCIA CONTRA LA MUJER

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

- PROGRAMAS OPERATIVOS FEDER Y FSE
- CANALES TELEMÁTICOS DE LA ATRM
- PERIODO VOLUNTARIO DE PAGO Y FOMENTO DE LA DOMICILIACIÓN ATRM
- AYUDAS RETO DEMOGRÁFICO
- TRABAJADORES AUTÓNOMOS
- ECONOMÍA SOCIAL
- CENTRO DE ORIENTACIÓN, EMPRENDIMIENTO E INNOVACIÓN PARA EL EMPLEO
- EMPLEO JOVEN
- 20 ANIVERSARIO DEL SEF
- CONTRA LA PRECARIEDAD LABORAL
- PROMOCIÓN DE LA ARTESANÍA
- MARCA COMERCIO SELECTO
- REGIÓN DE MURCIA, REGIÓN DE COMPRAS
- REDUCCIÓN DE LA SINIESTRALIDAD LABORAL EN EL USO DE CARRETILLAS ELEVADORAS
- LOS RIESGOS PSICOSOCIALES TAMBIÉN SON RIESGOS LABORALES
- DIFUSIÓN DE OPERACIONES FEDER
- AYUDAS PÚBLICAS PROGRAMA INVESTIGO
- SEGURIDAD INDUSTRIAL
- DATOS ABIERTOS COMO GENERADOR DE UN DESARROLLO SOSTENIBLE
- CARPETA EMPRESARIAL

ORTUÑO SOTO, MARCOS 07/09/2022 14:57:36
Este 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 del código seguro de 0

- FESTIVAL ESTRENARTE
- CENTRO DE CUALIFICACIÓN TURÍSTICA Y SUS ACCIONES
- 1.001 SABORES Y PASAPORTE GASTRONÓMICO
- PROMOCIÓN TURISTICA 2022
- REGIÓN DE MURCIA TAURINA

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

- PROCESO PARTICIPATIVO SOBRE EL PACTO POR LAS INFRAESTRUCTURAS DE LA REGIÓN DE MURCIA

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
- ACTIVA CASH RURAL
- PLANES DE COOPERACIÓN ECONOMICA CON MUNICIPIOS
- FORO DE TRANSFORMACIÓN DIGITAL EN LA ADMINISTRACIÓN PÚBLICA
- PILOTO 5K-10K
- NUEVO MODELO TERRITORIAL, DE CONSTRUCCIÓN Y ARQUITECTURA SOSTENIBLE
- TURISMO DE CALIDAD

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

- PLAN COMPLEMENTARIO DE CIENCIAS MARINAS
- HUMEDAL DE "EL CARMOLÍ

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

- PLAN COPLA Y PLAN INFOMUR
- PREVENCIÓN DE INCENDIOS FORESTALES

ORTUÑO SOTO, MARCOS 07/09/2022 14:57:36
Este 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 del código seguro de 0

ODS 16. Promover sociedades justas, pacíficas e inclusivas.

- 40 ANIVERSARIO DEL ESTATUTO DE AUTONOMÍA DE LA REGIÓN DE MURCIA
- CONCILIACIÓN EN LA ESCUELA
- REPLAY
- PROMOCIÓN DEL VOLUNTARIADO
- EXTUTELADOS
- DERECHOS DE LA INFANCIA
- CONTRA EL MALTRATO INFANTIL
- DÍA INTERNACIONAL DEL ORGULLO DE LESBIANAS, GAYS, TRANSEXUALES Y BISEXUALES
- CONTRA EL RACISMO Y LA XENOFOBIA
- CONTRA EL ODIO Y LA DISCRIMINACIÓN
- DÍA INTERNACIONAL DE LAS PERSONAS CON DISCAPACIDAD
- DÍA INTERNACIONAL DE LAS PERSONAS MAYORES
- EL CUIDADO DE LOS MAYORES
- DIA INTERNACIONAL CONTRA LA DISCRIMINACION RACIAL
- DÍA DE LA REGIÓN
- OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE
- PLATAFORMA DE PARTICIPACIÓN CIUDADANA

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

- DÍA DE EUROPA 2022

IX. PRESUPUESTO

La inversión en campañas de publicidad y comunicación institucional que la Administración Regional tiene previsto realizar durante el ejercicio 2022 asciende a un **total de 4.075.500,00 €.**

La Consejería de Presidencia, Turismo, Cultura y Deportes, a través de la Dirección General de Comunicación Institucional, gestiona el presupuesto de publicidad institucional de la Administración General, a excepción de aquellas campañas realizadas con fondos europeos.

Por tanto, todas aquellas campañas previstas por el resto de entes del sector público, corresponde a estos tanto su gestión como su financiación por lo que se desglosan de manera diferenciada en cuanto a su peso inversor.

ORTUÑO SOTO, MARCOS 07/09/2022 14:57:36
Este 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 la firma se muestran en los recuadros.
Su autenticidad puede ser contrastada accediendo a la siguiente dirección: https://sede.carm.es/verificardocumentos e introduciendo del código seguro de 0

Así, atendiendo al presupuesto de las campañas de la Administración General, el peso por ejes sería el siguiente:

1. En primer lugar encontramos **el *Eje 6. Políticas Sociales*** con un presupuesto de 215.500 €, que representa el 19% de la inversión total.
2. En segundo lugar encontramos **el *Eje 1. Empleo y Economía*** con un presupuesto de 172.000 €, que representa el 15% de la inversión total.
3. Y el tercer lugar, en cuanto al peso inversor en publicidad institucional de la Administración General, lo ocupa el ***Eje 5. Infraestructuras y Seguridad*** con un presupuesto de 95.000 €, que representa un 8% de la inversión.

Tabla 2. Clasificación por ejes (Administración General)

Eje	Campañas	Presupuesto	%
Empleo y Economía	12	172.000,00 €	15%
Salud	6	81.000,00 €	7%
Educación y Juventud	6	82.000,00 €	7%
Tecnología e investigación	4	51.000,00 €	4%
Infraestructuras y Seguridad	6	95.000,00 €	8%
Políticas Sociales	16	215.500,00 €	19%
Agua y agricultura	0	- €	0%
Medio ambiente	2	30.000,00 €	3%
Participación ciudadana y fechas conmemorativas	10	356.500,00 €	31%
Cultura y turismo	5	77.000,00 €	7%
Total	**67**	**1.160.000,00 €**	**100%**

Dentro de la inversión del sector público que asciende a 2.915.500€, el **mayor presupuesto corresponde a las campañas del Instituto de Turismo (ITREM),** con un total de 2.786.000€, seguidas de las de la **Fundación Integra,** con una inversión de 67.500€ y las del **Servicio de Empleo y Formación** con 36.000€.

ORTUÑO SOTO, MARCOS 07/09/2022 14:57:36
Este 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 del código seguro de 0

Tabla 3. Campañas Sector Público (excluida Administración General)

Consejería	Ente	Presupuesto
Presidencia, Turismo, Cultura y Deportes	INSTITUTO DE TURISMO DE LA REGIÓN DE MURCIA	2.786.000 €
Economía, Hacienda y Administración Digital	AGENCIA TRIBUTARIA DE LA REGIÓN DE MURCIA	14.000 €
Economía, Hacienda y Administración Digital	FUNDACION INTEGRA	67.500 €
Empresa, Empleo, Universidades y Portavocía	SERVICIO DE EMPLEO Y FORMACIÓN	36.000 €
Salud	FUNDACIÓN PARA LA FORMACIÓN E INVESTIGACIÓN SANITARIAS	12.000 €
	Total	**2.915.500 €**

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 2023 un informe 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 2022 **84 campañas de publicidad institucional**.

La **principal prioridad de interés público** en materia de publicidad y comunicación institucional para el año 2022 es *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 un total de **21 campañas**.

Los ejes con **mayor número de campañas** son el Eje 1. Empleo y Economía con 17 campañas y el Eje 6. Políticas Sociales con 16 campañas. Le siguen el, el Eje 4. Tecnología e Investigación con 12 y el Eje 9. Participación Ciudadana y Fechas conmemorativas con 10 campañas.

El peso de la inversión de las campañas de la Administración General por ejes sería el siguiente:

1. *Eje 6.* ***Políticas Sociales*** con un presupuesto de 215.500 €, y el 19% del total

3. *Eje 1.* ***Empleo y Economía*** con un presupuesto de 172.000 €, que representa un 15% de la inversión.

1. *Eje 5.* ***Infraestructuras y Seguridad*** con un presupuesto de 95.000 €, y el 8% del total

ORTUÑO SOTO, MARCOS 07/09/2022 14:57:36
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 del código seguro de 0

En cuanto a **la inversión** en el resto del **sector público** destacan:

- El ***Instituto de Turismo*** con un presupuesto de 2.786.000 €

En lo referente al público objetivo de las campañas, en un **54% se centran en público general**, mientras que un 46% se orientan a colectivos más específicos.

Si analizamos los medios previsto a utilizar, de las 84 campañas, en 68 de ellas se propone el uso de la radio y en 57 de ellas se propone el uso de televisión y redes sociales. Le siguen muy de cerca los medios digitales (51 campañas) y los medios impresos (50). A continuación encontramos la publicidad exterior (42) y otros medios impresos (30 campañas).

En el Anexo a continuación se relacionan mediante fichas de detalle las 84 campañas incluidas en el Plan y estructuradas según los 10 ejes por materias.

ORTUÑO SOTO, MARCOS 07/09/2022 14:57:36
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 del código seguro de 0

ORTUÑO SOTO, MARCOS 07/09/2022 14:57:36		

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 del código seguro de 0

ORTUÑO SOTO, MARCOS	07/09/2022 14:57:36	

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 del código seguro de 0

ANEXO

ORTUÑO SOTO, MARCOS 07/09/2022 14:57:36
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 del código seguro de 0

ÍNDICE DE EJES Y CAMPAÑAS

1. EMPLEO Y ECONOMÍA

01.01 PROGRAMAS OPERATIVOS FEDER Y FSE
01.02 CANALES TELEMÁTICOS DE LA ATRM
01.03 PERIODO VOLUNTARIO DE PAGO Y FOMENTO DE LA DOMICILIACIÓN ATRM
01.04 AYUDAS RETO DEMOGRÁFICO
01.05 TRABAJADORES AUTÓNOMOS
01.06 ECONOMÍA SOCIAL
01.07 CENTRO DE ORIENTACIÓN, EMPRENDIMIENTO E INNOVACIÓN PARA EL EMPLEO
01.08 EMPLEO JOVEN
01.09 20 ANIVERSARIO DEL SEF
01.10 LUCHA CONTRA LA BRECHA SALARIAL
01.11 CONTRA LA PRECARIEDAD LABORAL
01.12 PROMOCIÓN DE LA ARTESANÍA
01.13 LUCHA CONTRA LA DESPOBLACIÓN Y MEJORA DE LA CALIDAD DE VIDA EN EL MEDIO RURAL
01.14 ACTIVA CASH RURAL
01.15 MARCA COMERCIO SELECTO
01.16 REGIÓN DE MURCIA, REGIÓN DE COMPRAS
01.17 PLANES DE COOPERACIÓN ECONOMICA CON MUNICIPIOS

2. SALUD

02.01 REDUCCIÓN DE LA SINIESTRALIDAD LABORAL EN EL USO DE CARRETILLAS ELEVADORAS
02.02 LOS RIESGOS PSICOSOCIALES TAMBIÉN SON RIESGOS LABORALES
02.03 CONCIENCIACIÓN COVID
02.04 VACUNACIÓN CONTRA LA GRIPE
02.05 MOSQUITO TIGRE
02.06 OBESIDAD INFANTIL
02.07 CONCIENCIACIÓN SALUD MENTAL

3. EDUCACIÓN Y JUVENTUD

03.01 ALBERGUES JUVENILES
03.02 ICUAM: ACREDÍTATE

ORTUÑO SOTO, MARCOS 07/09/2022 14:57:36
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 del código seguro de 0

03.03 ESCUELAS OFICIALES DE IDIOMAS
03.04 FORMACIÓN PROFESIONAL
03.05 ELECCIONES A CONSEJOS ESCOLARES DE CENTRO
03.06 CONCILIACIÓN EN LA ESCUELA

4. TECNOLOGÍA E INVESTIGACIÓN

04.01 DIFUSIÓN DE OPERACIONES FEDER
04.02 FORO DE TRANSFORMACIÓN DIGITAL EN LA ADMINISTRACIÓN PÚBLICA
04.03 STEAM INTEGRA DIGITAL
04.04 REPLAY
04.05 FORO DE TRANSFORMACIÓN DIGITAL EN EDUCACIÓN
04.06 FORO DE INNOVACIÓN Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL EN SALUD
04.07 PILOTO 5K-10K
04.08 FORO DE TECNOLOGÍA EMOCIONAL
04.09 CURSOS DE FORMACIÓN ONLINE
04.10 PLAN COMPLEMENTARIO DE AGROALIMENTACIÓN
04.11 PLAN COMPLEMENTARIO DE CIENCIAS MARINAS
04.12 AYUDAS PÚBLICAS PROGRAMA INVESTIGO

5. INFRAESTRUCTURAS Y SEGURIDAD.

05.01 SEGURIDAD INDUSTRIAL
05.02 PLAN COPLA Y PLAN INFOMUR
05.03 APP 112
05.04 PROMOCIÓN DEL VOLUNTARIADO
05.05 NUEVO MODELO TERRITORIAL, DE CONSTRUCCIÓN Y ARQUITECTURA SOSTENIBLE
05.06 MOVIBUS - MOVILIDAD COTIDIANA

6. POLÍTICAS SOCIALES.

06.01 ACOGIMIENTO FAMILIAR
06.02 EXTUTELADOS
06.03 DERECHOS DE LA INFANCIA
06.04 CONTRA EL MALTRATO INFANTIL
06.05 DÍA INTERNACIONAL DE LA MUJER

ORTUÑO SOTO, MARCOS 07/09/2022 14:57:36
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 del código seguro de 0

06.06 DÍA INTERNACIONAL DEL ORGULLO DE LESBIANAS, GAYS, TRANSEXUALES Y BISEXUALES
06.07 DÍA INTERNACIONAL DE LAS MUJERES RURALES
06.08 DÍA INTERNACIONAL PARA LA ELIMINACIÓN DE LA VIOLENCIA CONTRA LA MUJER
06.09 CONTRA EL RACISMO Y LA XENOFOBIA
06.10 CONTRA EL ODIO Y LA DISCRIMINACIÓN
06.11 SERVICIOS SOCIALES
06.12 DÍA INTERNACIONAL DE LAS PERSONAS CON DISCAPACIDAD
06.13 DÍA INTERNACIONAL DE LAS PERSONAS MAYORES
06.14 EL CUIDADO DE LOS MAYORES
06.15 DIA INTERNACIONAL CONTRA LA DISCRIMINACION RACIAL
06.16 AYUDAS PARA LA PROTECCIÓN DEL HOGAR

8. MEDIO AMBIENTE.

08.01 PREVENCIÓN DE INCENDIOS FORESTALES
08.02 HUMEDAL DE "EL CARMOLÍ

9. PARTICIPACIÓN CIUDADANA Y FECHAS CONMEMORATIVAS.

09.01 DÍA DE LA REGIÓN
09.02 40 ANIVERSARIO DEL ESTATUTO DE AUTONOMÍA DE LA REGIÓN DE MURCIA
09.03 DÍA DE EUROPA 2022
09.04 DATOS ABIERTOS COMO GENERADOR DE UN DESARROLLO SOSTENIBLE
09.05 OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE
09.06 PLATAFORMA DE PARTICIPACIÓN CIUDADANA
09.07 SEDE ELECTRÓNICA MÁS FÁCIL
09.08 CITA PREVIA MÁS FÁCIL
09.09 CARPETA EMPRESARIAL
09.10 PROCESO PARTICIPATIVO SOBRE EL PACTO POR LAS INFRAESTRUCTURAS DE LA REGIÓN DE MURCIA

10. CULTURA Y TURISMO.

10.01 TURISMO DE CALIDAD
10.02 REGIÓN DE MURCIA, REGIÓN DE LETRAS
10.03 FESTIVAL ESTRENARTE

10.04 I JUEGOS NACIONALES DEL AGUA

10.05 REGIÓN DE MURCIA TAURINA

10.06 CENTRO DE CUALIFICACIÓN TURÍSTICA Y SUS ACCIONES

10.07 1.001 SABORES Y PASAPORTE GASTRONÓMICO

10.08 PROMOCIÓN TURISTICA 2022

ORTUÑO SOTO, MARCOS 07/09/2022 14:57:36
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 del código seguro de 0

ORTUÑO SOTO, MARCOS 07/09/2022 14:57:36
Este 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 la firma se muestran en los recuadros.
Su autenticidad puede ser contrastada accediendo a la siguiente dirección: https://sede.carm.es/verificardocumentos e introduciendo del código seguro de 0

EJE 1: EMPLEO Y ECONOMÍA

CONSEJERÍA DE ECONOMÍA, HACIENDA Y ADMINISTRACIÓN DIGITAL

DIRECCIÓN GENERAL DE PRESUPUESTOS Y FONDOS EUROPEOS

CAMPAÑA Nº 01.01	PROGRAMAS OPERATIVOS FEDER Y FSE
Objetivo: Dar a conocer a los ciudadanos de la Región la existencia de los Programas Operativos Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER) y Fondo Social Europeo (FSE), la contribución de los Fondos Europeos a los mismos y las acciones más significativas llevadas a cabo en el ámbito regional con financiación comunitaria procedente de los citados Fondos.	
Coste estimado: 12.000,00 €	
Período de ejecución: Tercer cuatrimestre	
Medios: Televisión, radio, prensa impresa y digital, redes sociales, cine, exterior y otros	
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 01.02	CANALES TELEMÁTICOS DE LA ATRM
Objetivo: Incentivar el uso por los contribuyentes de los canales telemáticos para la realización de sus trámites, evitando de esta forma la necesidad de desplazamientos y reduciendo el volumen de la atención presencial.	
Coste estimado: 7.000,00 €	
Período de ejecución: Segundo cuatrimestre	
Medios: Redes sociales	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: Mayores de 16 años	
Ámbito: Sector público	

ORTUÑO SOTO, MARCOS 07/09/2022 14:57:36
Este 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 del código seguro de 0

EJE 1: EMPLEO Y ECONOMÍA

CONSEJERÍA DE ECONOMÍA, HACIENDA Y ADMINISTRACIÓN DIGITAL

AGENCIA TRIBUTARIA DE LA REGIÓN DE MURCIA

CAMPAÑA Nº 01.03	PERIODO VOLUNTARIO DE PAGO Y FOMENTO DE LA DOMICILIACIÓN ATRM
Objetivo: Informar de los plazos disponibles para el pago de las deudas tributarias y los medios disponibles para ello.	
Coste estimado: 7.000,00 €	
Período de ejecución: Anual	
Medios: Televisión, radio, prensa digital, redes sociales, cine y otros	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: Mayores de 16 años	
Ámbito: Sector público	

EJE 1: EMPLEO Y ECONOMÍA

CONSEJERÍA DE EMPRESA, EMPLEO, UNIVERSIDADES Y PORTAVOCIA

DIRECCIÓN GENERAL DE ECONOMÍA SOCIAL Y TRABAJO AUTÓNOMO

CAMPAÑA Nº 01.04	AYUDAS RETO DEMOGRÁFICO
Objetivo: Difundir la convocatoria de las ayudas de Reto Demográfico que estará en vigor todo el año 2022.	
Coste estimado: 17.000,00 €	
Período de ejecución: Primer y segundo cuatrimestre	
Medios: Redes sociales, exterior y otros	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: Jóvenes	
Ámbito: Administración general	

ORTUÑO SOTO, MARCOS 07/09/2022 14:57:36
Este 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 del código seguro de 0

EJE 1: EMPLEO Y ECONOMÍA

CONSEJERÍA DE EMPRESA, EMPLEO, UNIVERSIDADES Y PORTAVOCIA

DIRECCIÓN GENERAL DE ECONOMÍA SOCIAL Y TRABAJO AUTÓNOMO

CAMPAÑA Nº 01.05	TRABAJADORES AUTÓNOMOS
Objetivo: Difundir el lanzamiento del nuevo portal sobre trabajadores autónomos en el que se recogerán todos los recursos destinados a este colectivo en la Región de Murcia, así como el contenido de la Estrategia Regional del Trabajo Autónomo	
Coste estimado: 15.000,00 €	
Período de ejecución: Tercer cuatrimestre	
Medios: Televisión, radio, prensa impresa, redes sociales, exterior y otros	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: Autónomos,General	
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	ECONOMÍA SOCIAL
Objetivo: Publicitar el nuevo portal en el que se recogerán todos los recursos de la Economía Social en la Región de Murcia.	
Coste estimado: 15.000,00 €	
Período de ejecución: Tercer cuatrimestre	
Medios: Televisión, radio, prensa impresa, redes sociales, exterior y otros	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: Asociaciones de economía social,General	
Ámbito: Administración general	

ORTUÑO SOTO, MARCOS 07/09/2022 14:57:36
Este 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 la firma se muestran en los recuadros.
Su autenticidad puede ser contrastada accediendo a la siguiente dirección: https://sede.carm.es/verificardocumentos e introduciendo del código seguro de 0

EJE 1: EMPLEO Y ECONOMÍA

CONSEJERÍA DE EMPRESA, EMPLEO, UNIVERSIDADES Y PORTAVOCIA

SERVICIO REGIONAL DE EMPLEO Y FORMACIÓN

CAMPAÑA Nº 01.07	CENTRO DE ORIENTACIÓN, EMPRENDIMIENTO E INNOVACIÓN PARA EL EMPLEO
Objetivo: Dar a conocer la puesta en marcha en la Región del nuevo Centro de Orientación, Emprendimiento e Innovación para el empleo impulsado por el Ministerio de Trabajo y el Servicio Público de Empleo a través del Mecanismo de Recuperación y Resilencia. Sus objetivos son diseñar y evaluar programas de orientación, así como promover actuaciones de desarrollo y mejora de las actuaciones de orientación personalizada.	
Coste estimado: 12.000,00 €	
Período de ejecución: Segundo cuatrimestre	
Medios: Televisión, radio, redes sociales, exterior y otros	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: Jóvenes	
Ámbito: Sector público	

EJE 1: EMPLEO Y ECONOMÍA

CONSEJERÍA DE EMPRESA, EMPLEO, UNIVERSIDADES Y PORTAVOCIA

SERVICIO REGIONAL DE EMPLEO Y FORMACIÓN

CAMPAÑA Nº 01.08	EMPLEO JOVEN
Objetivo: Lanzamiento de una campaña dirigida a los jóvenes de la Región de Murcia para dar a conocer los programas de formación y empleo que el SEF pondrá en marcha para impulsar la inserción laboral en este colectivo a través de los Fondos Europeos 'Next Generation'.	
Coste estimado: 12.000,00 €	
Período de ejecución: Segundo cuatrimestre	
Medios: Televisión, radio, redes sociales, exterior y otros	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: Jóvenes	
Ámbito: Sector público	

ORTUÑO SOTO, MARCOS 07/09/2022 14:57:36
Este 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 la firma se muestran en los recuadros.
Su autenticidad puede ser contrastada accediendo a la siguiente dirección: https://sede.carm.es/verificardocumentos e introduciendo del código seguro de 0

EJE 1: EMPLEO Y ECONOMÍA

CONSEJERÍA DE EMPRESA, EMPLEO, UNIVERSIDADES Y PORTAVOCIA

SERVICIO REGIONAL DE EMPLEO Y FORMACIÓN

CAMPAÑA Nº 01.09	20 ANIVERSARIO DEL SEF
Objetivo: Campaña de publicidad, que en el marco del 20 aniversario de la creación del SEF, permita dar a conocer a la ciudadanía en general todos los servicios y ayudas que el SEF ofrece para mejorar las opciones de empleo tanto de desempleados como de trabajadores en activo.	
Coste estimado: 12.000,00 €	
Período de ejecución: Tercer cuatrimestre	
Medios: Televisión, radio, prensa digital, redes sociales, exterior y otros	
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 GENERAL DE DIÁLOGO SOCIAL Y BIENESTAR LABORAL

CAMPAÑA Nº 01.10	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: Segundo cuatrimestre	
Medios: Radio, prensa digital, redes sociales, exterior y otros	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: Empresarios,Trabajadores	
Ámbito: Administración general	

ORTUÑO SOTO, MARCOS 07/09/2022 14:57:36
Este 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 la firma se muestran en los recuadros.
Su autenticidad puede ser contrastada accediendo a la siguiente dirección: https://sede.carm.es/verificardocumentos e introduciendo del código seguro de 0

EJE 1: EMPLEO Y ECONOMÍA

CONSEJERÍA DE EMPRESA, EMPLEO, UNIVERSIDADES Y PORTAVOCIA

DIRECCIÓN GENERAL DE DIÁLOGO SOCIAL Y BIENESTAR LABORAL

CAMPAÑA Nº 01.11	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: Segundo cuatrimestre	
Medios: Radio, prensa digital, redes sociales, exterior y otros	
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 CONSUMO Y ARTESANÍA

CAMPAÑA Nº 01.12	PROMOCIÓN DE LA ARTESANÍA
Objetivo: Promoción de la venta de productos artesanos regionales a través de la nueva web www.artesaniaregiondemurcia.es así como en los Centros Regionales de Artesanía de Murcia, Lorca y Cartagena.	
Coste estimado: 17.000,00 €	
Período de ejecución: Primer cuatrimestre	
Medios: Prensa impresa y digital, redes sociales y exterior	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: General	
Ámbito: Administración general	

ORTUÑO SOTO, MARCOS 07/09/2022 14:57:36
Este 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 la firma se muestran en los recuadros.
Su autenticidad puede ser contrastada accediendo a la siguiente dirección: https://sede.carm.es/verificardocumentos e introduciendo del código seguro de 0

EJE 1: EMPLEO Y ECONOMÍA

CONSEJERÍA DE PRESIDENCIA, TURISMO, CULTURA Y DEPORTES

DIRECCIÓN GENERAL DE ADMINISTRACIÓN LOCAL

CAMPAÑA Nº 01.13	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: Segundo cuatrimestre	
Medios: Televisión, radio, prensa impresa y digital, redes sociales, exterior y otros	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: General	
Ámbito: Administración general	

EJE 1: EMPLEO Y ECONOMÍA

CONSEJERÍA DE PRESIDENCIA, TURISMO, CULTURA Y DEPORTES

DIRECCIÓN GENERAL DE ADMINISTRACIÓN LOCAL

CAMPAÑA Nº 01.14	ACTIVA CASH RURAL
Objetivo: Difusión de la instalación de cajeros automáticos en zonas rurales, como estrategia contra la despoblación	
Coste estimado: 12.000,00 €	
Período de ejecución: Segundo y tercer cuatrimestre	
Medios: Televisión, radio, prensa impresa y digital, redes sociales, exterior y otros	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: General	
Ámbito: Administración general	

ORTUÑO SOTO, MARCOS 07/09/2022 14:57:36
Este 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 la firma se muestran en los recuadros.
Su autenticidad puede ser contrastada accediendo a la siguiente dirección: https://sede.carm.es/verificardocumentos e introduciendo del código seguro de 0

EJE 1: EMPLEO Y ECONOMÍA

CONSEJERÍA DE EMPRESA, EMPLEO, UNIVERSIDADES Y PORTAVOCIA

DIRECCIÓN GENERAL DE COMERCIO E INNOVACIÓN EMPRESARIAL

CAMPAÑA Nº 01.15	MARCA COMERCIO SELECTO

Objetivo:

Dar a conocer a los ciudadanos de la Región la marca del Comercio Selecto de la Región de Murcia, que puedan identificar los comercios más sobresalientes de la Región y que se sientan embajadores del comercio selecto de sus localidades.

Coste estimado: 12.000,00 €

Período de ejecución: Segundo y tercer cuatrimestre

Medios: Televisión, radio y redes sociales

Zona de influencia: Región de Murcia

Población objetivo: General

Ámbito: Administración general

EJE 1: EMPLEO Y ECONOMÍA

CONSEJERÍA DE EMPRESA, EMPLEO, UNIVERSIDADES Y PORTAVOCIA

DIRECCIÓN GENERAL DE COMERCIO E INNOVACIÓN EMPRESARIAL

CAMPAÑA Nº 01.16	REGIÓN DE MURCIA, REGIÓN DE COMPRAS

Objetivo:

La campaña tiene como objetivos: 1.- Captar clientes y consumidores de la Región y de fuera de la Región para que puedan aprovecharse de ventajas, descuentos, participación en sorteos consumiendo en los comercios selectos de la Región 2.- Promocionar las compras a través de influencers y personas famosas con el comercio selecto de la Región fomentando las compras en el comercio local 3.- Difundir los comercios selectos de la Región seleccionados por su calidad y profesionalidad por parte de los Ayuntamientos y asociaciones de comerciantes de la Región 4.- Posicionar a la Región como Región de Compras

Coste estimado: 12.000,00 €

Período de ejecución: Segundo cuatrimestre

Medios: Televisión, radio, prensa impresa y digital, redes sociales, exterior y otros

Zona de influencia: Región de Murcia

Población objetivo: General

Ámbito: Administración general

ORTIÑO SOTO, MARCOS 07/09/2022 14:57:36
Este 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 la firma se muestran en los recuadros.
Su autenticidad puede ser contrastada accediendo a la siguiente dirección: https://sede.carm.es/verificardocumentos e introduciendo del código seguro de 0

EJE 1: EMPLEO Y ECONOMÍA

CONSEJERÍA DE PRESIDENCIA, TURISMO, CULTURA Y DEPORTES

DIRECCIÓN GENERAL DE ADMINISTRACIÓN LOCAL

CAMPAÑA Nº 01.17	PLANES DE COOPERACIÓN ECONOMICA CON MUNICIPIOS
Objetivo: Informar de la realización de aquellas obras, en infraestructuras y servicios, que se consideran básicas y esenciales para el desarrollo local y su correspondiente población.	
Coste estimado: 12.000,00 €	
Período de ejecución: Segundo y tercer cuatrimestre	
Medios: Televisión, radio, prensa impresa y digital, redes sociales, exterior y otros	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: General	
Ámbito: Administración general	

EJE 2: SALUD

CONSEJERÍA DE EMPRESA, EMPLEO, UNIVERSIDADES Y PORTAVOCIA

DIRECCIÓN GENERAL DE DIÁLOGO SOCIAL Y BIENESTAR LABORAL

CAMPAÑA Nº 02.01	REDUCCIÓN DE LA SINIESTRALIDAD LABORAL EN EL USO DE CARRETILLAS ELEVADORAS
Objetivo: El uso de carretillas elevadoras, equipos ampliamente utilizados en todo tipo de empresas, genera un gran número de accidentes laborales (golpes, atropellos, vuelcos), entre otros, por un uso inadecuado de las mismas, unas condiciones de mantenimiento deficientes o por unas áreas de circulación inseguras. Por ello es importante dar a conocer medidas de prevención que reduzcan los accidentes generados por este tipo de vehículos como son: atropellos, vuelcos, golpes, caída de materiales o atrapamientos.	
Coste estimado: 12.000,00 €	
Período de ejecución: Tercer cuatrimestre	
Medios: Radio, prensa digital, redes sociales, exterior y otros	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: General	
Ámbito: Administración general	

ORTUÑO SOTO, MARCOS 07/09/2022 14:57:36
Este 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 la firma se muestran en los recuadros.
Su autenticidad puede ser contrastada accediendo a la siguiente dirección: https://sede.carm.es/verificardocumentos e introduciendo del código seguro de 0

EJE 2: SALUD

CONSEJERÍA DE EMPRESA, EMPLEO, UNIVERSIDADES Y PORTAVOCIA

DIRECCIÓN GENERAL DE DIÁLOGO SOCIAL Y BIENESTAR LABORAL

CAMPAÑA Nº 02.02	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: Primer cuatrimestre	
Medios: Radio, prensa digital, redes sociales, exterior y otros	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: Empresarios,Trabajadores	
Ámbito: Administración general	

EJE 2: SALUD

CONSEJERÍA DE SALUD

DIRECCIÓN GENERAL DE SALUD PÚBLICA Y ADICCIONES

CAMPAÑA Nº 02.03	CONCIENCIACIÓN COVID
Objetivo: Concienciar a la población sobre la importancia de vacunarse contra la COVID así como la necesidad de cumplir las recomendaciones de prevención y protección frente al virus.	
Coste estimado: 12.000,00 €	
Período de ejecución: Tercer cuatrimestre	
Medios: Televisión, radio, prensa impresa y digital	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: General	
Ámbito: Administración general	

ORTUÑO SOTO, MARCOS 07/09/2022 14:57:36
Este 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 del código seguro de 0

EJE 2: SALUD

CONSEJERÍA DE SALUD

DIRECCIÓN GENERAL DE SALUD PÚBLICA Y ADICCIONES

CAMPAÑA Nº 02.04	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 sobre la población diana (mayores, embarazadas, etc...).	
Coste estimado: 18.000,00 €	
Período de ejecución: Tercer cuatrimestre	
Medios: Televisión, radio, prensa impresa 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 02.05	MOSQUITO TIGRE
Objetivo: Alertar acerca 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: Televisión, radio, prensa digital	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: General	
Ámbito: Administración general	

ORTUÑO SOTO, MARCOS 07/09/2022 14:57:36
Este 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 del código seguro de 0

EJE 2: SALUD

CONSEJERÍA DE SALUD

DIRECCIÓN GENERAL DE SALUD PÚBLICA Y ADICCIONES

CAMPAÑA Nº 02.06	OBESIDAD INFANTIL
Objetivo: Concienciar sobre la importancia de reducir la obesidad infantil mediante una alimentación sana y hábitos de ejercicio de toda la familia en conjunto.	
Coste estimado: 12.000,00 €	
Período de ejecución: Primer cuatrimestre	
Medios: Televisión, radio, prensa impresa y digital y redes sociales	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: Familias,Niños	
Ámbito: Administración general	

EJE 2: SALUD

CONSEJERÍA DE SALUD

FUNDACIÓN PARA LA FORMACIÓN E INVESTIGACIÓN SANITARIAS

CAMPAÑA Nº 02.07	CONCIENCIACIÓN SALUD MENTAL
Objetivo: Concienciar a la sociedad sobre la importancia de cuidar la salud mental así como lanzar mensajes para acabar con el estigma que existe sobre las personas con enfermedad mental con el fin de favorecer su integración.	
Coste estimado: 12.000,00 €	
Período de ejecución: Primer cuatrimestre	
Medios: Televisión, radio, prensa impresa y digital, redes sociales y otros	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: General	
Ámbito: Sector público	

ORTUÑO SOTO, MARCOS 07/09/2022 14:57:36
Este 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 la firma se muestran en los recuadros.
Su autenticidad puede ser contrastada accediendo a la siguiente dirección: https://sede.carm.es/verificardocumentos e introduciendo del código seguro de 0

EJE 3: EDUCACIÓN Y JUVENTUD

CONSEJERÍA DE PRESIDENCIA, TURISMO, CULTURA Y DEPORTES

DIRECCIÓN GENERAL DE JUVENTUD

CAMPAÑA Nº 03.01	ALBERGUES JUVENILES
Objetivo: Promocionar los albergues juveniles de la región como espacios dirigidos a facilitar la convivencia, alojamiento, formación, fomento de la participación, realización de actividades culturales, sociales y de tiempo libre.	
Coste estimado: 12.000,00 €	
Período de ejecución: Segundo y tercer cuatrimestre	
Medios: Radio, prensa digital y redes sociales	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: Jóvenes	
Ámbito: Administración general	

EJE 3: EDUCACIÓN Y JUVENTUD

CONSEJERÍA DE EDUCACIÓN

DIRECCIÓN GENERAL DE FORMACIÓN PROFESIONAL E INNOVACIÓN

CAMPAÑA Nº 03.02	ICUAM: ACREDÍTATE
Objetivo: Difundir el procedimiento de Evaluación, Acreditación y Registro de Competencias Profesionales (PREAR) mediante el que los trabajadores de la Región pueden acreditar sus competencias profesionales, mejorar su cualificación profesional y recibir una certificación oficial.	
Coste estimado: 14.000,00 €	
Período de ejecución: Anual	
Medios: Televisión, radio y prensa digital	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: Autónomos,Desempleados,Emprendedores,Empresarios,General,Trabajadores	
Ámbito: Administración general	

ORTUÑO SOTO, MARCOS 07/09/2022 14:57:36
Este 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 del código seguro de 0

EJE 3: EDUCACIÓN Y JUVENTUD

CONSEJERÍA DE EDUCACIÓN

DIRECCIÓN GENERAL DE FORMACIÓN PROFESIONAL E INNOVACIÓN

CAMPAÑA Nº 03.03	ESCUELAS OFICIALES DE IDIOMAS
Objetivo: Promocionar las enseñanzas de idiomas en las EEOOII de la Región de Murcia y conseguir un aumento en la demanda respecto a los últimos cursos.	
Coste estimado: 14.000,00 €	
Período de ejecución: Primer cuatrimestre	
Medios: Redes sociales	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: Mayores de 16 años	
Ámbito: Administración general	

EJE 3: EDUCACIÓN Y JUVENTUD

CONSEJERÍA DE EDUCACIÓN

DIRECCIÓN GENERAL DE FORMACIÓN PROFESIONAL E INNOVACIÓN

CAMPAÑA Nº 03.04	FORMACIÓN PROFESIONAL
Objetivo: El objeto de esta campaña es seguir incrementando las cifras de alumnado matriculado año a año (para el curso 2.022/23 se van a crear sobre 1.750 nuevas plazas) insistiendo en la alta probabilidad de encontrar un trabajo adaptado a la formación recibida de manera inmediata	
Coste estimado: 15.000,00 €	
Período de ejecución: Segundo cuatrimestre	
Medios: Televisión, radio, prensa impresa y digital, redes sociales y exterior	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: Mayores de 16 años	
Ámbito: Administración general	

ORTUÑO SOTO, MARCOS 07/09/2022 14:57:36
Este 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 la firma se muestran en los recuadros.
Su autenticidad puede ser contrastada accediendo a la siguiente dirección: https://sede.carm.es/verificardocumentos e introduciendo del código seguro de 0

EJE 3: EDUCACIÓN Y JUVENTUD

CONSEJERÍA DE EDUCACIÓN

DIRECCION GENERAL DE CENTROS EDUCATIVOS E INFRAESTRUCTURAS

CAMPAÑA Nº 03.05	ELECCIONES A CONSEJOS ESCOLARES DE CENTRO
Objetivo: Divulgar el procedimiento de elección y renovación de los Consejos Escolares de Centro 2022.	
Coste estimado: 15.000,00 €	
Período de ejecución: Tercer cuatrimestre	
Medios: Televisión, radio, prensa impresa, redes sociales y exterior	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: Mayores de 16 años	
Ámbito: Administración general	

EJE 3: EDUCACIÓN Y JUVENTUD

CONSEJERÍA DE EDUCACIÓN

DIRECCION GENERAL DE CENTROS EDUCATIVOS E INFRAESTRUCTURAS

CAMPAÑA Nº 03.06	CONCILIACIÓN EN LA ESCUELA
Objetivo: Divulgar los servicios de transporte y comedores escolares que impactarán en la sociedad de manera muy positiva contribuyendo a la conciliación familiar	
Coste estimado: 12.000,00 €	
Período de ejecución: Segundo cuatrimestre	
Medios: Televisión, radio, prensa impresa, redes sociales y exterior	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: Mayores de 16 años	
Ámbito: Administración general	

ORTUÑO SOTO, MARCOS 07/09/2022 14:57:36
Este 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 la firma se muestran en los recuadros.
Su autenticidad puede ser contrastada accediendo a la siguiente dirección: https://sede.carm.es/verificardocumentos e introduciendo del código seguro de 0

EJE 4: TECNOLOGÍA E INVESTIGACIÓN

CONSEJERÍA DE ECONOMÍA, HACIENDA Y ADMINISTRACIÓN DIGITAL

DIRECCION GENERAL DE INFORMÁTICA Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL

CAMPAÑA Nº 04.01	DIFUSIÓN DE OPERACIONES FEDER
Objetivo: Difusión de las operaciones financiadas por fondos FEDER de la DG de Informática y Transformación Digital	
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 INTEGRA

CAMPAÑA Nº 04.02	FORO DE TRANSFORMACIÓN DIGITAL EN LA ADMINISTRACIÓN PÚBLICA
Objetivo: Difundir la primera edición del Foro de Transformación Digital en la Administración Pública, punto de referencia, reflexión y colaboración sobre las aplicaciones de la tecnología en el sector público.	
Coste estimado: 12.000,00 €	
Período de ejecución: Tercer cuatrimestre	
Medios: Prensa digital y redes sociales	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: Profesionales de las áreas sociales y TIC	
Ámbito: Sector público	

ORTUÑO SOTO, MARCOS 07/09/2022 14:57:36
Este 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 la firma se muestran en los recuadros.
Su autenticidad puede ser contrastada accediendo a la siguiente dirección: https://sede.carm.es/verificardocumentos e introduciendo del código seguro de 0

EJE 4: TECNOLOGÍA E INVESTIGACIÓN

CONSEJERÍA DE ECONOMÍA, HACIENDA Y ADMINISTRACIÓN DIGITAL

FUNDACIÓN INTEGRA

CAMPAÑA Nº 04.03	STEAM INTEGRA DIGITAL
Objetivo: Campaña para dar difusión de diversas acciones de la iniciativa STEAM INTEGRA 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: Segundo y tercer cuatrimestre	
Medios: Prensa digital, redes sociales y otros	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: Docentes,Estudiantes	
Ámbito: Sector público	

EJE 4: TECNOLOGÍA E INVESTIGACIÓN

CONSEJERÍA DE ECONOMÍA, HACIENDA Y ADMINISTRACIÓN DIGITAL

FUNDACIÓN INTEGRA

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 adherirse para formar parte del proyecto.	
Coste estimado: 2.500,00 €	
Período de ejecución: Segundo y tercer cuatrimestre	
Medios: Prensa digital, redes sociales y otros	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: Ayuntamientos,General	
Ámbito: Sector público	

ORTUÑO SOTO, MARCOS 07/09/2022 14:57:36
Este 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 la firma se muestran en los recuadros.
Su autenticidad puede ser contrastada accediendo a la siguiente dirección: https://sede.carm.es/verificardocumentos e introduciendo del código seguro de 0

EJE 4: TECNOLOGÍA E INVESTIGACIÓN

CONSEJERÍA DE ECONOMÍA, HACIENDA Y ADMINISTRACIÓN DIGITAL

FUNDACIÓN INTEGRA

CAMPAÑA Nº 04.05	FORO DE TRANSFORMACIÓN DIGITAL EN EDUCACIÓN
Objetivo: Campaña de publicidad para dar difusión de la primera edición del Foro de Transformación Digital en Educación, punto de referencia, reflexión y colaboración sobre las aplicaciones de la tecnología en el ámbito educativo.	
Coste estimado: 12.000,00 €	
Período de ejecución: Segundo cuatrimestre	
Medios: Prensa digital, redes sociales y otros	
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 INTEGRA

CAMPAÑA Nº 04.06	FORO DE INNOVACIÓN Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL EN SALUD
Objetivo: Campaña de publicidad para dar difusión de la primera edición del Foro de Innovación y transformación digital en salud, punto de referencia, reflexión y colaboración sobre las aplicaciones de la tecnología en el sector sanitario.	
Coste estimado: 12.000,00 €	
Período de ejecución: Primer cuatrimestre	
Medios: Redes sociales	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: Profesionales de las áreas sociales y TIC	
Ámbito: Sector público	

ORTUÑO SOTO, MARCOS 07/09/2022 14:57:36
Este 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 del código seguro de 0

EJE 4: TECNOLOGÍA E INVESTIGACIÓN

CONSEJERÍA DE ECONOMÍA, HACIENDA Y ADMINISTRACIÓN DIGITAL

FUNDACIÓN INTEGRA

CAMPAÑA Nº 04.07	PILOTO 5K-10K
Objetivo: Campaña de publicidad para dar difusión de la experiencia piloto para la generación de datos abiertos en municipios de menos de 10.000 habitantes.	
Coste estimado: 12.000,00 €	
Período de ejecución: Tercer cuatrimestre	
Medios: Prensa digital, redes sociales y otros	
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 INTEGRA

CAMPAÑA Nº 04.08	FORO DE TECNOLOGÍA EMOCIONAL
Objetivo: Campaña de publicidad para dar 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: 12.000,00 €	
Período de ejecución: Tercer cuatrimestre	
Medios: Televisión, radio, prensa digital, redes sociales y otros	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: Profesionales de las áreas sociales y TIC	
Ámbito: Sector público	

ORTUÑO SOTO, MARCOS 07/09/2022 14:57:36
Este 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 la firma se muestran en los recuadros.
Su autenticidad puede ser contrastada accediendo a la siguiente dirección: https://sede.carm.es/verificardocumentos e introduciendo del código seguro de 0

EJE 4: TECNOLOGÍA E INVESTIGACIÓN

CONSEJERÍA DE ECONOMÍA, HACIENDA Y ADMINISTRACIÓN DIGITAL

FUNDACIÓN INTEGRA

CAMPAÑA Nº 04.09	CURSOS DE FORMACIÓN ONLINE
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: Segundo y tercer cuatrimestre	
Medios: Prensa digital y redes sociales	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: General	
Ámbito: Sector público	

EJE 4: TECNOLOGÍA E INVESTIGACIÓN

CONSEJERÍA DE EMPRESA, EMPLEO, UNIVERSIDADES Y PORTAVOCIA

DIRECCIÓN GENERAL DE INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN CIENTÍFICA

CAMPAÑA Nº 04.10	PLAN COMPLEMENTARIO DE AGROALIMENTACIÓN
Objetivo: Dar a conocer el Plan Complementario de Agroalimentación como motor para conseguir la transferencia del conocimiento al tejido productivo y dar a conocer a la población el valor de la Ciencia y la Tecnología en estas áreas estratégicas para la Región.	
Coste estimado: 12.000,00 €	
Período de ejecución: Anual	
Medios: Televisión, radio y redes sociales	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: General	
Ámbito: Administración general	

ORTUÑO SOTO, MARCOS 07/09/2022 14:57:36
Este 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 la firma se muestran en los recuadros.
Su autenticidad puede ser contrastada accediendo a la siguiente dirección: https://sede.carm.es/verificardocumentos e introduciendo del código seguro de 0

EJE 4: TECNOLOGÍA E INVESTIGACIÓN

CONSEJERÍA DE EMPRESA, EMPLEO, UNIVERSIDADES Y PORTAVOCIA

DIRECCIÓN GENERAL DE INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN CIENTÍFICA

CAMPAÑA Nº 04.11	PLAN COMPLEMENTARIO DE CIENCIAS MARINAS
Objetivo: Dar a conocer el Plan Complementario de Ciencias Marinas como motor para conseguir la transferencia del conocimiento al tejido productivo y dar a conocer a la población el valor de la Ciencia y la Tecnología en estas áreas estratégicas para la Región.	
Coste estimado: 12.000,00 €	
Período de ejecución: Anual	
Medios: Televisión, radio y redes sociales	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: General	
Ámbito: Administración general	

EJE 4: TECNOLOGÍA E INVESTIGACIÓN

CONSEJERÍA DE EMPRESA, EMPLEO, UNIVERSIDADES Y PORTAVOCIA

DIRECCIÓN GENERAL DE INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN CIENTÍFICA

CAMPAÑA Nº 04.12	AYUDAS PÚBLICAS PROGRAMA INVESTIGO
Objetivo: PROGRAMA INVESTIGO dirigido a la creación de empleo para los jóvenes de menos de 30 años como personal Técnico de I+D, Tecnólogos y Doctores.	
Coste estimado: 12.000,00 €	
Período de ejecución: Anual	
Medios: Televisión, radio y redes sociales	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: General	
Ámbito: Administración general	

ORTUÑO SOTO, MARCOS 07/09/2022 14:57:36
Este es una copia auténtico 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 del código seguro de 0

EJE 5: INFRAESTRUCTURAS Y SEGURIDAD

CONSEJERÍA DE EMPRESA, EMPLEO, UNIVERSIDADES Y PORTAVOCIA

DIRECCIÓN GENERAL DE ENERGÍA Y ACTIVIDAD INDUSTRIAL Y MINERA

CAMPAÑA Nº 05.01	SEGURIDAD INDUSTRIAL
Objetivo: Concienciar a toda la ciudadanía acerca de las ventajas que supone mantener las instalaciones en el mejor estado de servicio y seguridad, incrementando, el nivel de calidad de las mismas.	
Coste estimado: 12.000,00 €	
Período de ejecución: Segundo cuatrimestre	
Medios: Televisión, radio 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 05.02	PLAN COPLA Y PLAN INFOMUR
Objetivo: Informar a la población 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 INFOMUR), así como dar consejos acerca de la prevención de accidentes y negligencias.	
Coste estimado: 24.000,00 €	
Período de ejecución: Segundo cuatrimestre	
Medios: Televisión, radio, prensa impresa y digital	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: Mayores de 16 años	
Ámbito: Administración general	

ORTUÑO SOTO, MARCOS 07/09/2022 14:57:36
Este 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 la firma se muestran en los recuadros.
Su autenticidad puede ser contrastada accediendo a la siguiente dirección: https://sede.carm.es/verificardocumentos e introduciendo del código seguro de 0

EJE 5: INFRAESTRUCTURAS Y SEGURIDAD

CONSEJERÍA DE TRANSPARENCIA, PARTICIPACIÓN Y ADMINISTRACIÓN PÚBLICA

DIRECCIÓN GENERAL DE SEGURIDAD CIUDADANA Y EMERGENCIAS

CAMPAÑA Nº 05.03	APP 112
Objetivo: Impulsar el conocimiento de la APP del 112 entre los ciudadanos de la Región de Murcia	
Coste estimado: 12.000,00 €	
Período de ejecución: Segundo cuatrimestre	
Medios: Televisión, radio, prensa impresa y exterior	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: Mayores de 16 años	
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	PROMOCIÓN DEL VOLUNTARIADO
Objetivo: Impulsar el voluntariado en todos los municipios de la Región	
Coste estimado: 15.000,00 €	
Período de ejecución: Tercer cuatrimestre	
Medios: Televisión, radio, prensa impresa y exterior	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: Mayores de 16 años	
Ámbito: Administración general	

ORTUÑO SOTO, MARCOS 07/09/2022 14:57:36
Este 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 la firma se muestran en los recuadros.
Su autenticidad puede ser contrastada accediendo a la siguiente dirección: https://sede.carm.es/verificardocumentos e introduciendo del código seguro de 0

EJE 5: INFRAESTRUCTURAS Y SEGURIDAD

CONSEJERÍA DE FOMENTO E INFRAESTRUCTURAS

DIRECCIÓN GENERAL DE TERRITORIO Y ARQUITECTURA

CAMPAÑA Nº 05.05	NUEVO MODELO TERRITORIAL, DE CONSTRUCCIÓN Y ARQUITECTURA SOSTENIBLE
Objetivo: Dar a conocer las medidas contenidas en el nuevo modelo territorial, de construcción y arquitectura sostenible dirigido a fomentar ciudades saludables que mejoren la calidad de vida de las personas y rebajar los consumos energéticos de las viviendas.	
Coste estimado: 15.000,00 €	
Período de ejecución: Tercer cuatrimestre	
Medios: Televisión, radio, prensa impresa y digital, redes sociales, exterior y otros	
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 05.06	MOVIBUS - MOVILIDAD COTIDIANA
Objetivo: Dar a conocer el nuevo sistema de transporte público más accesible, tecnológico y ecoeficaz.	
Coste estimado: 17.000,00 €	
Período de ejecución: Tercer cuatrimestre	
Medios: Radio, prensa digital y redes sociales	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: General	
Ámbito: Administración general	

ORTUÑO SOTO, MARCOS 07/09/2022 14:57:36
Este 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 del código seguro de 0

EJE 6: POLÍTICAS SOCIALES

CONSEJERÍA DE MUJER, IGUALDAD, LGTBI, FAMILIAS, POLITICA SOCIAL Y TRANSPARENCIA

DIRECCIÓN GENERAL DE FAMILIAS Y PROTECCIÓN DE MENORES

CAMPAÑA Nº 06.01	ACOGIMIENTO FAMILIAR
Objetivo: Campaña dirigida al fomento del acogimiento familiar	
Coste estimado: 15.000,00 €	
Período de ejecución: Tercer cuatrimestre	
Medios: Radio y prensa impresa	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: General	
Ámbito: Administración general	

EJE 6: POLÍTICAS SOCIALES

CONSEJERÍA DE MUJER, IGUALDAD, LGTBI, FAMILIAS, POLITICA SOCIAL Y TRANSPARENCIA

DIRECCIÓN GENERAL DE FAMILIAS Y PROTECCIÓN DE MENORES

CAMPAÑA Nº 06.02	EXTUTELADOS
Objetivo: Sensibilizar y visibilizar acerca de la situación de los menores en acogimiento cuando cumplen la mayoría de edad, su historia de vida y como proyección del futuro en nuestra sociedad.	
Coste estimado: 12.000,00 €	
Período de ejecución: Tercer cuatrimestre	
Medios: Radio, prensa impresa y digital, exterior y otros	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: General	
Ámbito: Administración general	

ORTIÑO SOTO, MARCOS 07/09/2022 14:57:36
Este 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 la firma se muestran en los recuadros.
Su autenticidad puede ser contrastada accediendo a la siguiente dirección: https://sede.carm.es/verificardocumentos e introduciendo del código seguro de 0

EJE 6: POLÍTICAS SOCIALES

CONSEJERÍA DE MUJER, IGUALDAD, LGTBI, FAMILIAS, POLITICA SOCIAL Y TRANSPARENCIA

DIRECCIÓN GENERAL DE FAMILIAS Y PROTECCIÓN DE MENORES

CAMPAÑA Nº 06.03	DERECHOS DE LA INFANCIA
Objetivo: Dar a conocer los derechos de la infancia y concienciar a las personas de la importancia de trabajar día a día por su bienestar y desarrollo, así como hacer actores partícipes de esta lucha a los propios niños y niñas.	
Coste estimado: 12.000,00 €	
Período de ejecución: Tercer cuatrimestre	
Medios: Televisión, prensa digital, redes sociales y exterior	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: General	
Ámbito: Administración general	

EJE 6: POLÍTICAS SOCIALES

CONSEJERÍA DE MUJER, IGUALDAD, LGTBI, FAMILIAS, POLITICA SOCIAL Y TRANSPARENCIA

DIRECCIÓN GENERAL DE FAMILIAS Y PROTECCIÓN DE MENORES

CAMPAÑA Nº 06.04	CONTRA EL MALTRATO INFANTIL
Objetivo: Reivindicar dando visibilidad a la violencia contra la infancia, concienciando tanto a los agentes sociales como a la ciudadanía en este sentido. Se trata de destacar la necesidad de crear una sociedad futura mas justa y ausente de violencia mediante el cuidado y buen trato a los menores del presente.	
Coste estimado: 15.000,00 €	
Período de ejecución: Primer cuatrimestre	
Medios: Televisión, radio y prensa impresa	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: General	
Ámbito: Administración general	

ORTUÑO SOTO, MARCOS 07/09/2022 14:57:36
Este 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 la firma se muestran en los recuadros.
Su autenticidad puede ser contrastada accediendo a la siguiente dirección: https://sede.carm.es/verificardocumentos e introduciendo del código seguro de 0

EJE 6: POLÍTICAS SOCIALES

CONSEJERÍA DE MUJER, IGUALDAD, LGTBI, FAMILIAS, POLITICA SOCIAL Y TRANSPARENCIA

DIRECCIÓN GENERAL DE MUJER Y DIVERSIDAD DE GÉNERO

CAMPAÑA Nº 06.05	DÍA INTERNACIONAL DE LA MUJER
Objetivo: Garantizar la igualdad de oportunidades de las mujeres, incluido el fomento de la actividad asociativa, de participación y prestación de servicios específicos desde instituciones públicas y privadas y en especial, las medidas relativas a la atención integral y sensibilización.	
Coste estimado: 18.000,00 €	
Período de ejecución: Primer cuatrimestre	
Medios: Televisión, radio y prensa impresa	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: General	
Ámbito: Administración general	

EJE 6: POLÍTICAS SOCIALES

CONSEJERÍA DE MUJER, IGUALDAD, LGTBI, FAMILIAS, POLITICA SOCIAL Y TRANSPARENCIA

DIRECCIÓN GENERAL DE MUJER Y DIVERSIDAD DE GÉNERO

CAMPAÑA Nº 06.06	DÍA INTERNACIONAL DEL ORGULLO DE LESBIANAS, GAYS, TRANSEXUALES Y BISEXUALES
Objetivo: Difundir la necesidad de que la sociedad asuma una visión respetuosa e inclusiva que acabe con los estereotipos creados por la ignorancia y que conducen a la transfobia, así como a otras LGTBfobias.	
Coste estimado: 12.000,00 €	
Período de ejecución: Segundo cuatrimestre	
Medios: Televisión, radio y prensa impresa	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: General	
Ámbito: Administración general	

ORTUÑO SOTO, MARCOS 07/09/2022 14:57:36
Este 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 la firma se muestran en los recuadros.
Su autenticidad puede ser contrastada accediendo a la siguiente dirección: https://sede.carm.es/verificardocumentos e introduciendo del código seguro de 0

EJE 6: POLÍTICAS SOCIALES

CONSEJERÍA DE MUJER, IGUALDAD, LGTBI, FAMILIAS, POLITICA SOCIAL Y TRANSPARENCIA

DIRECCIÓN GENERAL DE MUJER Y DIVERSIDAD DE GÉNERO

CAMPAÑA Nº 06.07	DÍA INTERNACIONAL DE LAS MUJERES RURALES
Objetivo: Reivindicar el papel de agricultoras y ganaderas en las zonas rurales a que tanto me manera que puedan contar con las mismas oportunidades que los hombres.	
Coste estimado: 12.000,00 €	
Período de ejecución: Tercer cuatrimestre	
Medios: Radio, prensa impresa y exterior	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: General	
Ámbito: Administración general	

EJE 6: POLÍTICAS SOCIALES

CONSEJERÍA DE MUJER, IGUALDAD, LGTBI, FAMILIAS, POLITICA SOCIAL Y TRANSPARENCIA

DIRECCIÓN GENERAL DE MUJER Y DIVERSIDAD DE GÉNERO

CAMPAÑA Nº 06.08	DÍA INTERNACIONAL PARA LA ELIMINACIÓN DE LA VIOLENCIA CONTRA LA MUJER
Objetivo: Dar a conocer los recursos que están a disposición de las mujeres que sufren violencia de género y las actuaciones para prevenir cualquier tipo de violencia.	
Coste estimado: 15.000,00 €	
Período de ejecución: Tercer cuatrimestre	
Medios: Televisión, radio, prensa impresa y exterior	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: General	
Ámbito: Administración general	

ORTUÑO SOTO, MARCOS 07/09/2022 14:57:36
Este 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 del código seguro de 0

EJE 6: POLÍTICAS SOCIALES

CONSEJERÍA DE MUJER, IGUALDAD, LGTBI, FAMILIAS, POLITICA SOCIAL Y TRANSPARENCIA

DIRECCIÓN GENERAL DE SERVICIOS SOCIALES Y RELACIONES CON EL TERCER SECTOR

CAMPAÑA Nº 06.09	CONTRA EL RACISMO Y LA XENOFOBIA
Objetivo: Identificar y combatir el racismo y la xenofobia	
Coste estimado: 14.500,00 €	
Período de ejecución: Primer cuatrimestre	
Medios: Televisión, radio, prensa impresa y exterior	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: General	
Ámbito: Administración general	

EJE 6: POLÍTICAS SOCIALES

CONSEJERÍA DE MUJER, IGUALDAD, LGTBI, FAMILIAS, POLITICA SOCIAL Y TRANSPARENCIA

DIRECCIÓN GENERAL DE SERVICIOS SOCIALES Y RELACIONES CON EL TERCER SECTOR

CAMPAÑA Nº 06.10	CONTRA EL ODIO Y LA DISCRIMINACIÓN
Objetivo: Difundir el derecho de las personas a mostrarse tal como son, independientemente de su origen nacional o étnico, ideología, identidad sexual, sexo o género , religión , capacidades intelectuales o físicas para reflejar que la sociedad murciana es una sociedad plural y diversa.	
Coste estimado: 15.000,00 €	
Período de ejecución: Primer y segundo cuatrimestre	
Medios: Televisión, radio, prensa impresa y exterior	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: Jóvenes	
Ámbito: Administración general	

ORTUÑO SOTO, MARCOS 07/09/2022 14:57:36
Este 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 del código seguro de 0

EJE 6: POLÍTICAS SOCIALES

CONSEJERÍA DE MUJER, IGUALDAD, LGTBI, FAMILIAS, POLITICA SOCIAL Y TRANSPARENCIA

DIRECCIÓN GENERAL DE SERVICIOS SOCIALES Y RELACIONES CON EL TERCER SECTOR

CAMPAÑA Nº 06.11	SERVICIOS SOCIALES
Objetivo: Dar a conocer las prestaciones y servicios con que cuenta el sistema público de servicios sociales.	
Coste estimado: 15.000,00 €	
Período de ejecución: Segundo cuatrimestre	
Medios: Televisión, radio, prensa impresa y exterior	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: Jóvenes	
Ámbito: Administración general	

EJE 6: POLÍTICAS SOCIALES

CONSEJERÍA DE MUJER, IGUALDAD, LGTBI, FAMILIAS, POLITICA SOCIAL Y TRANSPARENCIA

DIRECCIÓN GENERAL DE SERVICIOS SOCIALES Y RELACIONES CON EL TERCER SECTOR

CAMPAÑA Nº 06.12	DÍA INTERNACIONAL DE LAS PERSONAS CON DISCAPACIDAD
Objetivo: Sensibilizar sobre las barreras sociales que impiden a las personas con discapacidad participar y ejercer sus derechos en igualdad de condiciones que el resto de la población.	
Coste estimado: 12.000,00 €	
Período de ejecución: Tercer cuatrimestre	
Medios: Prensa impresa y digital, redes sociales, exterior y otros	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: General	
Ámbito: Administración general	

ORTUÑO SOTO, MARCOS 07/09/2022 14:57:36
Este 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 del código seguro de 0

EJE 6: POLÍTICAS SOCIALES

CONSEJERÍA DE MUJER, IGUALDAD, LGTBI, FAMILIAS, POLITICA SOCIAL Y TRANSPARENCIA

DIRECCIÓN GENERAL DE SERVICIOS SOCIALES Y RELACIONES CON EL TERCER SECTOR

CAMPAÑA Nº 06.13	DÍA INTERNACIONAL DE LAS PERSONAS MAYORES
Objetivo: Sensibilizar sobre las personas mayores, su situación y las barreras que les impiden participar y ejercer sus derechos en igualdad de condiciones que el resto de la población.	
Coste estimado: 12.000,00 €	
Período de ejecución: Tercer cuatrimestre	
Medios: Prensa impresa y digital, redes sociales, exterior y otros	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: General	
Ámbito: Administración general	

EJE 6: POLÍTICAS SOCIALES

CONSEJERÍA DE MUJER, IGUALDAD, LGTBI, FAMILIAS, POLITICA SOCIAL Y TRANSPARENCIA

DIRECCIÓN GENERAL DE SERVICIOS SOCIALES Y RELACIONES CON EL TERCER SECTOR

CAMPAÑA Nº 06.14	EL CUIDADO DE LOS 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: 12.000,00 €	
Período de ejecución: Tercer cuatrimestre	
Medios: Prensa impresa y digital, redes sociales y otros	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: General	
Ámbito: Administración general	

ORTUÑO SOTO, MARCOS 07/09/2022 14:57:36
Este 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 del código seguro de 0

EJE 6: POLÍTICAS SOCIALES

CONSEJERÍA DE MUJER, IGUALDAD, LGTBI, FAMILIAS, POLITICA SOCIAL Y TRANSPARENCIA

DIRECCIÓN GENERAL DE SERVICIOS SOCIALES Y RELACIONES CON EL TERCER SECTOR

CAMPAÑA Nº 06.15	DIA INTERNACIONAL CONTRA LA DISCRIMINACION RACIAL
Objetivo: Identificar y combatir el racismo y la xenofobia. Concienciar a la ciudadanía sobre las causas que los generan.	
Coste estimado: 12.000,00 €	
Período de ejecución: Primer cuatrimestre	
Medios: Televisión, radio, prensa impresa y exterior	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: Jóvenes	
Ámbito: Administración general	

EJE 6: POLÍTICAS SOCIALES

CONSEJERÍA DE FOMENTO E INFRAESTRUCTURAS

DIRECCIÓN GENERAL DE VIVIENDA

CAMPAÑA Nº 06.16	AYUDAS PARA LA PROTECCIÓN DEL HOGAR
Objetivo: Informar de las ayudas y servicios para garantizar el acceso a un hogar, así como las subvenciones públicas destinadas a reforzar la seguridad y salud de las viviendas a través de obras de rehabilitación o mejora de la eficiencia energética.	
Coste estimado: 12.000,00 €	
Período de ejecución: Tercer cuatrimestre	
Medios: Televisión, radio, prensa impresa y digital, redes sociales, exterior y otros	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: General	
Ámbito: Administración general	

ORTUÑO SOTO, MARCOS 07/09/2022 14:57:36
Este 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 la firma se muestran en los recuadros.
Su autenticidad puede ser contrastada accediendo a la siguiente dirección: https://sede.carm.es/verificardocumentos e introduciendo del código seguro de 0

EJE 8: MEDIO AMBIENTE

CONSEJERÍA DE TRANSPARENCIA, PARTICIPACIÓN Y ADMINISTRACIÓN PÚBLICA

DIRECCIÓN GENERAL DE SEGURIDAD CIUDADANA Y EMERGENCIAS

CAMPAÑA Nº 08.01	PREVENCIÓN DE INCENDIOS FORESTALES
Objetivo: Concienciar del peligro de las negligencias en zonas forestales, haciendo participe, al ciudadano del daño que pueden llegar a ocasionar.	
Coste estimado: 18.000,00 €	
Período de ejecución: Segundo cuatrimestre	
Medios: Televisión, radio, prensa impresa y digital	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: Mayores de 16 años	
Ámbito: Administración general	

EJE 8: MEDIO AMBIENTE

CONSEJERÍA DE FOMENTO E INFRAESTRUCTURAS

DIRECCIÓN GENERAL DE TERRITORIO Y ARQUITECTURA

CAMPAÑA Nº 08.02	HUMEDAL DE "EL CARMOLÍ
Objetivo: Difundir el proyecto regional para la puesta en valor del humedal del Carmolí, la mayor ventana paisajística en el Mar Menor.	
Coste estimado: 12.000,00 €	
Período de ejecución: Segundo cuatrimestre	
Medios: Televisión, radio, prensa impresa y digital, redes sociales, exterior y otros	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: General	
Ámbito: Administración general	

ORTUÑO SOTO, MARCOS 07/09/2022 14:57:36
Este 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 del código seguro de 0

EJE 9: PARTICIPACIÓN CIUDADANA Y FECHAS CONMEMORATIVAS

CONSEJERÍA DE PRESIDENCIA, TURISMO, CULTURA Y DEPORTES

DIRECCIÓN GENERAL DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL

CAMPAÑA Nº 09.01	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 la ciudadanía.	
Coste estimado: 1.500,00 €	
Período de ejecución: Segundo cuatrimestre	
Medios: Prensa impresa	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: General	
Ámbito: Administración general	

EJE 9: PARTICIPACIÓN CIUDADANA Y FECHAS CONMEMORATIVAS

CONSEJERÍA DE PRESIDENCIA, TURISMO, CULTURA Y DEPORTES

DIRECCIÓN GENERAL DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL

CAMPAÑA Nº 09.02	40 ANIVERSARIO DEL ESTATUTO DE AUTONOMÍA DE LA REGIÓN DE MURCIA
Objetivo: Difundir el significado del Día de la Región de Murcia entre los ciudadanos, divulgar las señas de la identidad regional así como fomentar el conocimiento sobre el Estatuto de Autonomía y su aniversario.	
Coste estimado: 245.000,00 €	
Período de ejecución: Segundo cuatrimestre	
Medios: Televisión, radio, prensa impresa y digital	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: General	
Ámbito: Administración general	

ORTUÑO SOTO, MARCOS 07/09/2022 14:57:36
Este 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 la firma se muestran en los recuadros.
Su autenticidad puede ser contrastada accediendo a la siguiente dirección: https://sede.carm.es/verificardocumentos e introduciendo del código seguro de 0

EJE 9: PARTICIPACIÓN CIUDADANA Y FECHAS CONMEMORATIVAS

CONSEJERÍA DE EMPRESA, EMPLEO, UNIVERSIDADES Y PORTAVOCIA

DIRECCIÓN GENERAL DE UNIÓN EUROPEA

CAMPAÑA Nº 09.03	DÍA DE EUROPA 2022
Objetivo: Difundir a través de un anuncio en TV y RRSS la efeméride europea en la sociedad murciana, y mejorar el grado de conocimiento ciudadano de la Unión Europea, sus instituciones y funcionamiento.	
Coste estimado: 12.000,00 €	
Período de ejecución: Segundo cuatrimestre	
Medios: Televisión, radio, prensa impresa 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 09.04	DATOS ABIERTOS COMO GENERADOR DE UN DESARROLLO SOSTENIBLE
Objetivo: Dar a conocer lo que son los datos abiertos (OPEN DATA), como generadores de empleo, valor económico y desarrollo sostenible.	
Coste estimado: 16.000,00 €	
Período de ejecución: Tercer cuatrimestre	
Medios: Televisión, radio, prensa impresa y exterior	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: Empresarios	
Ámbito: Administración general	

ORTUÑO SOTO, MARCOS 07/09/2022 14:57:36
Este 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 la firma se muestran en los recuadros.
Su autenticidad puede ser contrastada accediendo a la siguiente dirección: https://sede.carm.es/verificardocumentos e introduciendo del código seguro de 0

EJE 9: PARTICIPACIÓN CIUDADANA Y FECHAS CONMEMORATIVAS

CONSEJERÍA DE TRANSPARENCIA, PARTICIPACIÓN Y ADMINISTRACIÓN PÚBLICA

DIRECCIÓN GENERAL DE GOBIERNO ABIERTO Y COOPERACIÓN

CAMPAÑA Nº 09.05	OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE
Objetivo: Promocionar los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) en la Región y su afianzamiento entre la ciudadanía.	
Coste estimado: 15.000,00 €	
Período de ejecución: Tercer cuatrimestre	
Medios: Televisión, radio, prensa impresa y digital	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: Mayores de 16 años	
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 09.06	PLATAFORMA DE PARTICIPACIÓN CIUDADANA
Objetivo: Promocionar la plataforma de participación ciudadana.	
Coste estimado: 15.000,00 €	
Período de ejecución: Segundo y tercer cuatrimestre	
Medios: Televisión, radio y prensa impresa	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: Mayores de 16 años	
Ámbito: Administración general	

ORTUÑO SOTO, MARCOS 07/09/2022 14:57:36
Este 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 la firma se muestran en los recuadros.
Su autenticidad puede ser contrastada accediendo a la siguiente dirección: https://sede.carm.es/verificardocumentos e introduciendo del código seguro de 0

EJE 9: PARTICIPACIÓN CIUDADANA Y FECHAS CONMEMORATIVAS

CONSEJERÍA DE TRANSPARENCIA, PARTICIPACIÓN Y ADMINISTRACIÓN PÚBLICA

DIRECCIÓN GENERAL DE REGENERACIÓN Y MODERNIZACIÓN ADMINISTRATIVA

CAMPAÑA Nº 09.07	SEDE ELECTRÓNICA MÁS FÁCIL
Objetivo: Difundir las funcionalidades y herramientas de la sede electrónica de la CARM por parte de la ciudadanía y empresas, y dar a conocer las mejoras en su accesibilidad y usabilidad.	
Coste estimado: 12.000,00 €	
Período de ejecución: Segundo cuatrimestre	
Medios: Radio, prensa impresa y digital y exterior	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: Mayores de 16 años	
Ámbito: Administración general	

EJE 9: PARTICIPACIÓN CIUDADANA Y FECHAS CONMEMORATIVAS

CONSEJERÍA DE TRANSPARENCIA, PARTICIPACIÓN Y ADMINISTRACIÓN PÚBLICA

DIRECCIÓN GENERAL DE REGENERACIÓN Y MODERNIZACIÓN ADMINISTRATIVA

CAMPAÑA Nº 09.08	CITA PREVIA MÁS FÁCIL
Objetivo: Dar a conocer el nuevo sistema para solicitar cita para la atención presencial en las Oficinas de Atención al Público de la CARM.	
Coste estimado: 12.000,00 €	
Período de ejecución: Segundo cuatrimestre	
Medios: Televisión, radio, prensa impresa y exterior	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: Mayores de 16 años	
Ámbito: Administración general	

ORTUÑO SOTO, MARCOS 07/09/2022 14:57:36
Este 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 la firma se muestran en los recuadros.
Su autenticidad puede ser contrastada accediendo a la siguiente dirección: https://sede.carm.es/verificardocumentos e introduciendo del código seguro de 0

EJE 9: PARTICIPACIÓN CIUDADANA Y FECHAS CONMEMORATIVAS

CONSEJERÍA DE TRANSPARENCIA, PARTICIPACIÓN Y ADMINISTRACIÓN PÚBLICA

DIRECCIÓN GENERAL DE REGENERACIÓN Y MODERNIZACIÓN ADMINISTRATIVA

CAMPAÑA Nº 09.09	CARPETA EMPRESARIAL
Objetivo: Dar a conocer la nueva carpeta empresarial, donde se depositará toda la documentación relativa a las empresas que precisen las Administraciones Públicas para tramitar sus procedimientos.	
Coste estimado: 12.000,00 €	
Período de ejecución: Segundo y tercer cuatrimestre	
Medios: Televisión, radio, prensa impresa y digital y exterior	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: Autónomos,Empresarios	
Ámbito: Administración general	

EJE 9: PARTICIPACIÓN CIUDADANA Y FECHAS CONMEMORATIVAS

CONSEJERÍA DE FOMENTO E INFRAESTRUCTURAS

SECRETARÍA GENERAL DE LA CONSEJERÍA DE FOMENTO E INFRAESTRUCTURAS

CAMPAÑA Nº 09.10	PROCESO PARTICIPATIVO SOBRE EL PACTO POR LAS INFRAESTRUCTURAS DE LA REGIÓN DE MURCIA
Objetivo: Difundir el proceso de participación ciudadana iniciado por la Comunidad para que los ciudadanos de la Región de Murcia aporten sus propuestas para la conformación del Pacto por las Infraestructuras de la Región de Murcia.	
Coste estimado: 16.000,00 €	
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	

ORTIÑO SOTO, MARCOS 07/09/2022 14:57:36
Este 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 del código seguro de 0

EJE 10: CULTURA Y TURISMO

CONSEJERÍA DE PRESIDENCIA, TURISMO, CULTURA Y DEPORTES

DIRECCIÓN GENERAL DE COMPETITIVIDAD Y CALIDAD TURÍSTICAS

CAMPAÑA Nº 10.01	TURISMO DE CALIDAD
Objetivo: La promoción de los propios valores, imagen o señas de identidad del territorio o la población de la administración anunciante. 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.	
Coste estimado: 18.000,00 €	
Período de ejecución: Segundo cuatrimestre	
Medios: Televisión, radio, prensa impresa y redes sociales	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: General	
Ámbito: Administración general	

EJE 10: CULTURA Y TURISMO

CONSEJERÍA DE PRESIDENCIA, TURISMO, CULTURA Y DEPORTES

DIRECCIÓN GENERAL DE PATRIMONIO CULTURAL

CAMPAÑA Nº 10.02	REGIÓN DE MURCIA, REGIÓN DE LETRAS
Objetivo: Fomento de las actividades y servicios de la Biblioteca Regional en el marco del Plan de Fomento de la Lectura 2020-2023.	
Coste estimado: 15.000,00 €	
Período de ejecución: Tercer cuatrimestre	
Medios: Televisión, radio, prensa impresa, redes sociales y otros	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: General	
Ámbito: Administración general	

ORTIÑO SOTO, MARCOS 07/09/2022 14:57:36
Este 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 la firma se muestran en los recuadros.
Su autenticidad puede ser contrastada accediendo a la siguiente dirección: https://sede.carm.es/verificardocumentos e introduciendo del código seguro de 0

EJE 10: CULTURA Y TURISMO

CONSEJERÍA DE PRESIDENCIA, TURISMO, CULTURA Y DEPORTES

DIRECCIÓN GENERAL DE JUVENTUD

CAMPAÑA Nº 10.03	FESTIVAL ESTRENARTE
Objetivo: Dar a conocer el festival Estrenarte como una forma de fomentar el talento joven de la Región de Murcia.	
Coste estimado: 17.000,00 €	
Período de ejecución: Segundo y tercer cuatrimestre	
Medios: Radio y redes sociales	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: Jóvenes	
Ámbito: Administración general	

EJE 10: CULTURA Y TURISMO

CONSEJERÍA DE PRESIDENCIA, TURISMO, CULTURA Y DEPORTES

DIRECCIÓN GENERAL DE DEPORTES

CAMPAÑA Nº 10.04	I JUEGOS NACIONALES DEL AGUA
Objetivo: Dar a conocer la organización y el calendario de desarrollo de un evento deportivo, singular y único, que es la primera vez que se celebrará en España, de los Juegos Nacionales del Agua. Discurrirá en distintas sedes del Mar Menor de los Ayuntamientos de San Pedro del Pinatar, San Javier, Los Alcázares y en Cartagena, tanto en la zona de Cabo de Palos como el puerto y ciudad. Se celebrará entre el 19 de septiembre y el 2 de octubre de 2022.	
Coste estimado: 15.000,00 €	
Período de ejecución: Segundo y tercer cuatrimestre	
Medios: Televisión, radio, prensa impresa y digital y redes sociales	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: Ayuntamientos,Clubes y Federaciones Deportivas	
Ámbito: Administración general	

ORTUÑO SOTO, MARCOS 07/09/2022 14:57:36
Este 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 del código seguro de 0

EJE 10: CULTURA Y TURISMO

CONSEJERÍA DE PRESIDENCIA, TURISMO, CULTURA Y DEPORTES

DIRECCIÓN GENERAL DE ADMINISTRACIÓN LOCAL

CAMPAÑA Nº 10.05	REGIÓN DE MURCIA TAURINA
Objetivo: Informar de las distintas actividades que se realizan con motivo de eventos y ferias taurinas que se desarrollan en nuestra comunidad autónoma, y que contribuyen al fomento de la cultura y a incentivar el sector turístico y comercial	
Coste estimado: 12.000,00 €	
Período de ejecución: Segundo y tercer cuatrimestre	
Medios: Televisión, radio, prensa impresa y digital, redes sociales, exterior y otros	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: General	
Ámbito: Administración general	

EJE 10: CULTURA Y TURISMO

CONSEJERÍA DE PRESIDENCIA, TURISMO, CULTURA Y DEPORTES

INSTITUTO DE TURISMO DE LA REGIÓN DE MURCIA

CAMPAÑA Nº 10.06	CENTRO DE CUALIFICACIÓN TURÍSTICA Y SUS ACCIONES
Objetivo: El Centro de Cualificación Turística - CCT tiene como misión el aumento de la cualificación y competitividad del sector turístico y la generación de empleo de calidad dentro del mismo mediante la apuesta por una formación adecuada, práctica, diversificada y descentralizada. La campaña contribuiría a mejorar la visibilidad del CCT, sus acciones, alumnos y resultados a nivel regional.	
Coste estimado: 18.000,00 €	
Período de ejecución: Anual	
Medios: Televisión, radio, prensa impresa y digital, redes sociales, cine, exterior y otros	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: General	
Ámbito: Sector público	

ORTUÑO SOTO, MARCOS 07/09/2022 14:57:36
Este 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 la firma se muestran en los recuadros.
Su autenticidad puede ser contrastada accediendo a la siguiente dirección: https://sede.carm.es/verificardocumentos e introduciendo del código seguro de 0

EJE 10: CULTURA Y TURISMO

CONSEJERÍA DE PRESIDENCIA, TURISMO, CULTURA Y DEPORTES

INSTITUTO DE TURISMO DE LA REGIÓN DE MURCIA

CAMPAÑA Nº 10.07	1.001 SABORES Y PASAPORTE GASTRONÓMICO
Objetivo: Posicionar la gastronomía regional como uno de los grandes atractivos turísticos a nivel nacional y regional.	
Coste estimado: 18.000,00 €	
Período de ejecución: Anual	
Medios: Televisión, radio, prensa impresa y digital, redes sociales, cine, exterior y otros	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: General	
Ámbito: Sector público	

EJE 10: CULTURA Y TURISMO

CONSEJERÍA DE PRESIDENCIA, TURISMO, CULTURA Y DEPORTES

INSTITUTO DE TURISMO DE LA REGIÓN DE MURCIA

CAMPAÑA Nº 10.08	PROMOCIÓN TURISTICA 2022
Objetivo: Campañas de promoción de los atractivos turísticos de la Región de Murcia a nivel internacional, nacional y regional	
Coste estimado: 2.750.000,00 €	
Período de ejecución: Anual	
Medios: Televisión, radio, prensa impresa y digital, redes sociales, cine, exterior y otros	
Zona de influencia: Región de Murcia	
Población objetivo: General	
Ámbito: Sector público	

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 ocho de septiembre de dos mil veintidós, a propuesta del Consejero de Presidencia, Turismo, Cultura y Deportes, el Consejo de Gobierno aprueba el Plan de Comunicación y Publicidad Institucional de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia 2022, 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.

ORTUÑO SOTO, MARCOS 08/09/2022 14:42:42
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 del código seguro de