



**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 dieciséis de diciembre de dos mil veintiuno, a propuesta del Consejero de Presidencia, Turismo y Deportes, el Consejo de Gobierno autoriza el gasto al Instituto de Turismo de la Región de Murcia por importe de 2.700.000,00 € IVA incluido, correspondiente a la contratación de las inversiones previstas en el plan de medios nacional del ITREM durante los ejercicios 2022 y 2023 ya que la que la formalización de los contratos con cada uno de los medios está prevista que se lleve a cabo durante el primer trimestre del año 2022, teniendo estos una duración de un año.

**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.**



## **ÍNDICE PLAN DE MEDIOS NACIONAL**

1. Propuesta de acuerdo al Consejo de Gobierno.
2. Informe Servicio Jurídico.
3. Propuesta Director General.
4. Informe de necesidad.
5. Certificación existencia de crédito.



## AL CONSEJO DE GOBIERNO

El artículo 10.Uno.16 de la «Ley Orgánica 4/1982, de 4 de junio, de Estatuto de Autonomía para la Región de Murcia» señala entre sus competencias exclusivas la promoción, fomento y ordenación del turismo en su ámbito territorial.

El Instituto de Turismo de la Región de Murcia (ITREM) es una entidad pública empresarial que, de acuerdo con lo dispuesto en los artículos 56 y 57 de la «Ley 14/2012, de 27 de diciembre, de medidas tributarias, administrativas y de reordenación del sector público regional», depende de la Administración General de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia, cuenta con personalidad jurídica propia y plena capacidad pública y privada, y tiene como fines generales la ordenación, planificación, programación, dirección y coordinación de las competencias de la Región de Murcia en materia de turismo, en el marco de la política del Gobierno regional.

La nueva realidad generada por la pandemia que ha causado el COVID 19 ha provocado cambios en la estrategia turística, haciendo muy necesaria la ejecución de acciones publicitarias que sean capaces de posicionar y dar a conocer el destino Costa Cálida-Región de Murcia en el panorama nacional.

La contratación de la publicidad institucional está condicionada por dos aspectos. En primer lugar, por la necesidad puesta de manifiesto por la doctrina del Tribunal Constitucional de que se haga un reparto equitativo de la inversión publicitaria entre todos los medios de comunicación que se adecuen al objeto de la campaña y al público exigido, de modo que no pueda excluirse a un medio si no es por razones objetivas, y que todos los medios de comunicación adecuados para la campaña tienen que recibir una parte de la inversión publicitaria. En segundo lugar, hay que tener en cuenta que el Tribunal de Cuentas dictamina que, por motivos de eficiencia, en las instituciones que tienen en su estructura servicios específicos o gabinetes de prensa para la coordinación y homogeneización de las actividades publicitarias, la relación directa con los medios de comunicación debería provenir de ellos.

Por lo tanto, el primer paso para llevar a cabo una campaña que no sea vía una agencia especializada, deberá ser el contar con lo que se denomina un Plan de Medios, documento en el que, además de justificar la necesidad y objetivo de la campaña publicitaria, debe quedar acreditado el reparto de la inversión de acuerdo con criterios objetivos. Dicho Plan se instrumentalizaría posteriormente, mediante contratos individuales con cada soporte.

La distribución de la inversión entre los distintos medios y soportes a considerar deberá: estar motivada; respetar los principios de igualdad y no discriminación y la pluralidad en los medios y soportes utilizados; intentar un reparto equitativo fijado en base a criterios tales como la inversión total disponible, los medios a utilizar, el público objetivo de la campaña, la distribución territorial, la penetración del soporte, así como otros criterios técnicos. Todo ello bajo el prisma del aprovechamiento más eficaz de los recursos públicos.

De acuerdo con lo dispuesto en el art. 100.2 de la LCSP, para la contratación de las inversiones del futuro plan de medios nacional se estima un presupuesto base de licitación para un año de 2.700.000,00 € IVA incluido. Para el reparto, se volverán a contratar los servicios de una agencia de medios especializada con el fin de distribuir las inversiones en función de criterios objetivos de audiencia entre medios de comunicación nacional de prensa, revistas, radio, televisión, digital y exterior.

La distribución de las inversiones que establezca el futuro Plan de medios que contrate el ITREM, será sometida a autorización por la Dirección General de Comunicación Institucional, tal y como se establece en la en el artículo 4 del decreto nº 436/2008, de 14 de noviembre, por el que se establecen las medidas para la coordinación de las actividades publicitarias de la Administración Pública de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia, y en el código de Buenas Prácticas de la Administración Pública



aprobado por acuerdo de Consejo de Gobierno de 27 de julio de 2012 y publicado en el BORM nº 170 de 3 de agosto.

A los efectos de lo previsto en el artículo 101 LCSP y en relación con el cálculo del valor estimado del contrato, este asciende a 2.231.404,96 IVA excluido.

De este modo, y dado que nos encontramos en el ejercicio 2021 y la ejecución de los contratos afectarían a los presupuestos administrativos de gastos del ITREM para los ejercicios 2022 y 2023, procede realizar una tramitación anticipada de gasto.

Visto lo anterior y de conformidad con dispuesto en el artículo 34.2 de la Ley 5/2010, de 27 de diciembre, de medidas extraordinarias para la sostenibilidad de las finanzas públicas, tras su modificación por la Ley 1/2011, de 24 de febrero, en su redacción dada por la DA trigésima novena de la Ley 1/2016, de 5 de febrero, de Presupuestos Generales de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia para el ejercicio 2016, y dado que el gasto sobrepasa los 300.000 euros, **elevo a Consejo de Gobierno** la siguiente propuesta de,

#### ACUERDO

Autorizar el gasto al Instituto de Turismo de la Región de Murcia por importe de 2.700.000,00 € IVA incluido, correspondiente a la contratación de las inversiones previstas en el plan de medios nacional del ITREM durante los ejercicios 2022 y 2023 ya que la que la formalización de los contratos con cada uno de los medios está prevista que se lleve a cabo durante el primer trimestre del año 2022, teniendo estos una duración de un año.

Murcia, a fecha de la firma electrónica.

**EL CONSEJERO DE PRESIDENCIA, TURISMO Y DEPORTES**

Marcos Ortuño Soto



## INFORME JURÍDICO

**ASUNTO** – *Autorización al Instituto de Turismo de la Región de Murcia de la realización del gasto por importe de 2.700.000,00 € IVA incluido, correspondiente a la contratación de las inversiones previstas en el plan de medios nacional del ITREM, durante los ejercicios 2022 y 2023 ya que la que la formalización de los contratos con cada uno de los medios está prevista que se lleve a cabo durante el primer trimestre del año 2022, teniendo estos una duración de un año.*

Se ha recibido la Propuesta del Director General del Instituto de Turismo de la Región de Murcia (ITREM), para la autorización de gasto por importe de 2.700.000,00 euros, a dicho Instituto acerca del asunto referenciado.

En virtud del artículo 4 del Decreto nº 34/2021, de 3 de abril, de Reorganización de la Administración Regional, modificado por Decreto del Presidente nº 47/2021, de 31 de abril, la Consejería competente por razón de la materia es la Consejería de Presidencia, Turismo y Deportes, por ser el Departamento de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia encargado de la propuesta, desarrollo y ejecución de las directrices generales del Consejo de Gobierno en materia de turismo; juventud; deportes, entre otras.

De conformidad con el artículo 9 del Decreto 17/2016, de 9 de marzo, por el que se establece la estructura orgánica de la Secretaría General de la Consejería de Cultura y Portavocía, en relación con la disposición transitoria primera del Decreto n.º 43/2021 de 9 de abril, por el que se establecen los Órganos Directivos de la Consejería de Presidencia, Turismo y Deportes, es competente este Servicio Jurídico para emitir este informe.

### I. ANTECEDENTES

El expediente remitido consta de la siguiente documentación:

- Borrador de Propuesta de elevación al Consejo de Gobierno.



- Informe de necesidad e idoneidad del Instituto de Turismo de la Región de Murcia.
- Propuesta del Director General del Instituto de Turismo de la Región de Murcia.
- Certificado de existencia de crédito.

## II. CONSIDERACIONES JURÍDICAS

### **PRIMERA. Normativa aplicable**

Por lo que se refiere al marco normativo, se encuadra en la regulación que, con carácter general, establecen las siguientes normas:

- Ley 40/2015, de 1 de octubre de Régimen Jurídico del Sector Público
- Ley 6/2004, de 28 de diciembre, del Estatuto del Presidente y del Consejo de Gobierno de la Región de Murcia
- 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.
- Ley 5/2010, de 27 de diciembre, de medidas extraordinarias para la sostenibilidad de las finanzas públicas, tras su modificación por la DA trigésima novena de la Ley 1/2016, de 5 de febrero, de Presupuestos Generales de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia para el ejercicio 2016.

### **SEGUNDA. Naturaleza del Instituto de Turismo de la Región de Murcia (ITREM).**

El Instituto de Turismo de la Región de Murcia (en adelante, ITREM) es una entidad pública empresarial dependiente de la Administración General de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia, con personalidad jurídica propia y plena capacidad pública y privada. Siguiendo la previsión del artículo 40.1 de la Ley 7/2004, de 28 de diciembre, de Organización y Régimen Jurídico de la Administración Pública de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia, el ITREM fue creado mediante la Ley 14/2012, de 27 de diciembre, de medidas tributarias, administrativas y de reordenación del sector público regional, en el Título III, Capítulo IV, artículos 56 a 66, recogiendo en



ellos toda la regulación que obligatoriamente debe recoger la ley por la que se cree este tipo de organismos públicos.

El artículo 57.2 de la citada Ley 14/2012, de 27 de diciembre indica que corresponde al mismo como fines generales “*la ordenación, planificación, programación, dirección y coordinación de las competencias de la Región de Murcia en materia de turismo, en el marco de la política regional*”.

### **Adscripción.**

Tanto el Decreto del Presidente nº 34/2021, de 3 de abril, de Reorganización de la Administración Regional, modificado por el Decreto de la Presidencia n.º 47/2021, de 9 de abril, que establece que la Consejería competente por razón de la materia es la Consejería de Presidencia, Turismo y Deportes, por ser el Departamento de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia encargado de la propuesta, desarrollo y ejecución de las directrices generales del Consejo de Gobierno en materia en materia de turismo, juventud, deportes y cualesquiera otras que le asigne la legislación vigente, como el Decreto n.º 43/2021, de 9 de abril, por el que se establecen los Órganos Directivos de la Consejería de Presidencia, Turismo y Deportes, adscriben a la misma a “ *la Entidad Pública Empresarial Instituto de Turismo de la Región de Murcia*”.

### **TERCERA. Objeto y finalidad**

Autorizar al Instituto de Turismo de la Región de Murcia la realización del gasto por por importe de DOS MILLONES SETECIENTOS MIL EUROS (2.700.000,00 €), con cargo al presupuesto del año 2021, para la contratación de las inversiones previstas en el plan de medios nacional del ITREM, durante los ejercicios 2022 y 2023 ya que la que la formalización de los contratos con cada uno de los medios está prevista que se lleve a cabo durante el primer trimestre del año 2022, teniendo estos una duración de un año.



**Finalidad:** Promocionar entre el público nacional los atractivos turísticos de la Región de Murcia y contribuir así a la activación del tejido empresarial turístico regional, que tanto está sufriendo los efectos de la pandemia.

Según establece el Informe de necesidad:

*Dado que nos encontramos en el ejercicio 2021 y la ejecución de los contratos afectarían a los presupuestos administrativos de gastos del ITREM para los ejercicios 2022 y 2023 ya que está previsto que la formalización de los contratos se lleve a cabo durante el primer trimestre del año 2022, procede realizar una tramitación anticipada de gasto.*

#### **CUARTA. Tramitación**

- El artículo 34 de la Ley 5/2010, de 27 de diciembre, de medidas extraordinarias para la sostenibilidad de las finanzas públicas, tras su modificación por la Ley 1/2011, de 24 de febrero, y en su redacción dada por la DA trigésima novena de la Ley 1/2016, de 5 de febrero, de Presupuestos Generales de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia para el ejercicio 2016, establece en sus números 1 y 2, que:

*“1. Todas las unidades integrantes del sector público regional que propongan la realización de gastos de naturaleza contractual o subvencional que superen la cifra de 60.000 euros deberán solicitar la autorización del titular de la consejería de la que dependan o a la que estén adscrita, antes de la licitación o de publicar la convocatoria, en caso de subvenciones de concurrencia competitiva, o de acordar su concesión, en caso de subvenciones de concesión directa.*

*2. La petición de autorización será elevada para su otorgamiento por el Consejo de Gobierno si el gasto a autorizar supera la cantidad de 300.000 euros.”*

- Asimismo, el **artículo 16, apartado 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 cual dispone que:





*“Los consejeros, en cuanto titulares de sus respectivas consejerías, ejercen las funciones siguientes:*

*c) La elevación al Consejo de Gobierno de los anteproyectos de ley o proyectos de decreto, así como de las propuestas de acuerdos que afecten a su departamento.”*

### III. CONCLUSIÓN

En atención a todo lo expuesto, se **informe favorablemente** la propuesta de autorización al Instituto de Turismo de la Región de Murcia de la realización del gasto por importe de DOS MILLONES SETECIENTOS MIL EUROS (2.700.000,00 €), con cargo al presupuesto del año 2021, para la contratación de las inversiones previstas en el plan de medios nacional del ITREM, durante los ejercicios 2022 y 2023 ya que la que la formalización de los contratos con cada uno de los medios está prevista que se lleve a cabo durante el primer trimestre del año 2022, teniendo estos una duración de un año.

Es cuanto procede informar, salvo mejor criterio fundado en Derecho.

**VºBº El Vicesecretario**

\_\_\_\_\_

**La Jefa de Servicio Jurídico**

\_\_\_\_\_

*(Fecha y firma electrónica al margen)*



## **PROPUESTA DE AUTORIZACIÓN DEL GASTO CORRESPONDIENTE LA CONTRATACIÓN DE LAS INVERSIONES PREVISTAS EN EL PLAN DE MEDIOS NACIONAL DEL ITREM.**

El Instituto de Turismo de la Región de Murcia (en adelante ITREM) es una entidad pública empresarial dependiente de la Administración General de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia, con personalidad jurídica propia y plena capacidad pública y privada, adscrita a la Consejería de Presidencia, Turismo y Deportes y regulada en la Sección 1 del Capítulo IV de la Ley 14/2012, de 27 de diciembre, de medidas tributarias, administrativas y de reordenación del sector público regional. Corresponde al Instituto como fines generales la ordenación, planificación, programación, dirección y coordinación de las competencias de la Región de Murcia en materia de turismo, en el marco de la política del Gobierno regional. Para la consecución de dichos fines, y de conformidad con el artículo 57.3 de la Ley 14/2012 de 27 de diciembre, el Instituto ejercerá las potestades administrativas, contractuales, subvencionales, planificadoras, convencionales, inspectoras y sancionadoras en materia de turismo.

La nueva realidad generada por la pandemia que ha causado el COVID 19 ha provocado cambios en la estrategia turística, haciendo muy necesaria la ejecución de acciones publicitarias que sean capaces de posicionar y dar a conocer el destino Costa Cálida-Región de Murcia en el panorama nacional.

La contratación de la publicidad institucional está condicionada por dos aspectos. En primer lugar, por la necesidad puesta de manifiesto por la doctrina del Tribunal Constitucional de que se haga un reparto equitativo de la inversión publicitaria entre todos los medios de comunicación que se adecuen al objeto de la campaña y al público exigido, de modo que no pueda excluirse a un medio si no es por razones objetivas, y que todos los medios de comunicación adecuados para la campaña tienen que recibir una parte de la inversión publicitaria. En segundo lugar, hay que tener en cuenta que el Tribunal de Cuentas dictamina que, por motivos de eficiencia, en las instituciones que tienen en su estructura servicios específicos o gabinetes de prensa para la coordinación y homogeneización de las actividades publicitarias, la relación directa con los medios de comunicación debería provenir de ellos.

Por lo tanto, el primer paso para llevar a cabo una campaña que no sea vía una agencia especializada, deberá ser el contar con lo que se denomina un Plan de Medios, documento en el que, además de justificar la necesidad y objetivo de la campaña publicitaria, debe quedar acreditado el reparto de la inversión de acuerdo con criterios objetivos. Dicho Plan se instrumentalizaría posteriormente, mediante contratos individuales con cada soporte.

La distribución de la inversión entre los distintos medios y soportes a considerar deberá: estar motivada; respetar los principios de igualdad y no discriminación y la pluralidad en los medios y soportes utilizados; intentar un reparto equitativo fijado en base a criterios



tales como la inversión total disponible, los medios a utilizar, el público objetivo de la campaña, la distribución territorial, la penetración del soporte, así como otros criterios técnicos. Todo ello bajo el prisma del aprovechamiento más eficaz de los recursos públicos.

Dado que el Instituto de Turismo no tiene acceso a esas herramientas de medición de audiencias, aunque sí cuenta con un departamento de Comunicación capaz de desarrollar acciones publicitarias, a principios de 2021 se contrataron los servicios de una agencia especializada en la compra de espacios publicitarios en medios de comunicación para que desarrollara el Plan de Medios Nacional 2021 en base a los parámetros técnicos y de medición. Dicho plan repartió el presupuesto máximo de 2.000.000,00 € durante el año 2021 y según criterios de audiencia, entre varios soportes de televisión, radio, publicidad exterior, prensa digital y edición impresa, así como en revistas especializadas.

De acuerdo con lo dispuesto en el art. 100.2 de la LCSP, para la contratación de las inversiones del futuro plan de medios nacional se estima un presupuesto base de licitación para un año de 2.700.000,00 € IVA incluido. Para el reparto, se volverán a contratar los servicios de una agencia de medios especializada con el fin de distribuir las inversiones en función de criterios objetivos de audiencia entre medios de comunicación nacional de prensa, revistas, radio, televisión, digital y exterior.

La distribución de las inversiones que establezca el futuro Plan de medios que contrate el ITREM, será sometida a autorización por la Dirección General de Comunicación Institucional, tal y como se establece en la en el artículo 4 del decreto nº 436/2008, de 14 de noviembre, por el que se establecen las medidas para la coordinación de las actividades publicitarias de la Administración Pública de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia, y en el código de Buenas Prácticas de la Administración Pública aprobado por acuerdo de Consejo de Gobierno de 27 de julio de 2012 y publicado en el BORM nº 170 de 3 de agosto.

A los efectos de lo previsto en el artículo 101 LCSP y en relación con el cálculo del valor estimado del contrato, el Área de Comunicación del ITREM ha estimado este en 2.231.404,96 IVA excluido.

Dado que nos encontramos en el ejercicio 2021 y la ejecución de los contratos afectarían a los presupuestos administrativos de gastos del ITREM para los ejercicios 2022 y 2023, pues la formalización de los contratos se llevaría a cabo durante el primer trimestre del año 2022, procede realizar una tramitación anticipada de gasto.

Visto lo anterior y de conformidad con dispuesto en el artículo 34.2 de la Ley 5/2010, de 27 de diciembre, de medidas extraordinarias para la sostenibilidad de las finanzas públicas, tras su modificación por la Ley 1/2011, de 24 de febrero, en su redacción dada



por la D.A. trigésima novena de la Ley 1/2016, de 5 de febrero, de Presupuestos Generales de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia para el ejercicio 2016, y dado que el gasto para el Instituto de Turismo sobrepasa los 300.000,00 euros, se propone al Consejero de Presidencia, Turismo y Deportes la elevación a Consejo de Gobierno de la siguiente propuesta de,

### **A C U E R D O**

Autorizar el gasto al Instituto de Turismo de la Región de Murcia por importe máximo de 2.700.000,00 € IVA incluido, correspondiente a la contratación de las inversiones previstas en el plan de medios nacional del ITREM, durante los ejercicios 2022 y 2023 ya que la que la formalización de los contratos con cada uno de los medios está prevista que se lleve a cabo durante el primer trimestre del año 2022, teniendo estos una duración de un año.

Murcia, a fecha de la firma electrónica.

EL DIRECTOR GENERAL DEL INSTITUTO DE TURISMO DE LA REGIÓN DE MURCIA  
Juan Francisco Martínez Carrasco

**AL CONSEJERO DE PRESIDENCIA, TURISMO Y DEPORTES.**



## INFORME DE NECESIDAD PARA LLEVAR A CABO LA CONTRATACIÓN DE LAS INVERSIONES PREVISTAS EN EL PLAN DE MEDIOS NACIONAL DEL ITREM.

El Instituto de Turismo (ITREM) desarrolla a lo largo del año diversas campañas de publicidad, regional, nacional e internacional, para promocionar los distintos productos y destinos turísticos de la Región de Murcia. Estas campañas publicitarias son muy importantes dentro de la estrategia que utiliza el ITREM para posicionar a la Región de Murcia como un destino turístico de primer orden.

La nueva realidad generada por la pandemia que ha causado el COVID 19 ha provocado cambios en la estrategia turística, haciendo muy necesaria la ejecución de acciones publicitarias que sean capaces de posicionar y dar a conocer el destino Costa Cálida-Región de Murcia en el panorama nacional.

La contratación de la publicidad institucional está condicionada por dos aspectos. En primer lugar, por la necesidad puesta de manifiesto por la doctrina del Tribunal Constitucional de que se haga un reparto equitativo de la inversión publicitaria entre todos los medios de comunicación que se adecuen al objeto de la campaña y al público exigido, de modo que no pueda excluirse a un medio si no es por razones objetivas, y que todos los medios de comunicación adecuados para la campaña tienen que recibir una parte de la inversión publicitaria. En segundo lugar, hay que tener en cuenta que el Tribunal de Cuentas dictamina que, por motivos de eficiencia, en las instituciones que tienen en su estructura servicios específicos o gabinetes de prensa para la coordinación y homogeneización de las actividades publicitarias, la relación directa con los medios de comunicación debería provenir de ellos.

Por lo tanto, el primer paso para llevar a cabo una campaña que no sea vía una agencia especializada, deberá ser el contar con lo que se denomina un Plan de Medios, documento en el que, además de justificar la necesidad y objetivo de la campaña publicitaria, debe quedar acreditado el reparto de la inversión de acuerdo con criterios objetivos. Dicho Plan se instrumentalizaría posteriormente, mediante contratos individuales con cada soporte.

Si bien a la hora de elaborar cualquier Plan de Medios existe un cierto grado de discrecionalidad técnica, la distribución de la inversión entre los distintos medios y soportes a considerar, deberá: estar motivada; respetar los principios de igualdad y no discriminación y la pluralidad en los medios y soportes utilizados; intentar un reparto equitativo fijado en base a criterios tales como la inversión total disponible, los medios a utilizar, el público objetivo de la campaña, la distribución territorial, la penetración del soporte así como otros criterios técnicos. Todo ello bajo el prisma del aprovechamiento más eficaz de los recursos públicos. Aspirar a llegar a absolutamente todos los medios y soportes disponibles en el mercado publicitario sería una entelequia dado el enorme número de ellos y, en ocasiones, su difícil control. Por tanto, esa selección previa es imprescindible y en base a criterios técnicos como los anteriormente mencionados.

Todo ello requiere de una profesionalización en el marco de la labor de planificación y evaluación, así como del uso de herramientas de medición que en la mayoría de las ocasiones son de pago, por lo que no están alcance más que de aquellas empresas que hacen un uso intensivo de ellas como pueden ser grandes agencias de medios. Además, y en el caso de formatos, soportes o medios digitales se debe atender a las particularidades del medio y a las métricas propias de la analítica web que deben ser suministradas por aquellos mismos sin posibilidad de manipulación.



Por todo lo expuesto y dado que el Instituto de Turismo no tiene acceso a esas herramientas de medición de audiencias, aunque sí cuenta con un departamento de Comunicación capaz de desarrollar acciones publicitarias, a principios de 2021 se contrataron los servicios de una agencia especializada en la compra de espacios publicitarios en medios de comunicación para que desarrollara el Plan de Medios Nacional 2021 en base a los parámetros técnicos y de medición mencionados anteriormente. Dicho plan tenía un presupuesto máximo de 1.652.892,56 euros IVA excluido, 2.000.000 euros IVA incluido, que se repartieron según criterios de audiencia entre varios soportes de televisión, radio, publicidad exterior, prensa digital y edición impresa y revistas especializadas.

El presupuesto base de licitación para la contratación de las inversiones del futuro Plan de Medios Nacional que están previstas tengan una duración de un año, asciende a la cantidad de 2.700.000 euros IVA incluido y para realizar el reparto se volverán a contratar los servicios de una agencia de medios especializada con el fin de distribuir las inversiones en función de criterios objetivos de audiencia entre medios de comunicación nacional de prensa, revistas, radio, televisión, digital y exterior. El valor estimado de la contratación asciende a la cantidad de 2.231.404,96 IVA excluido.

La distribución de las inversiones que establezca el futuro Plan de medios que contrate el ITREM, será sometida a autorización por la Dirección General de Comunicación Institucional, tal y como se establece en la en el artículo 4 del decreto nº 436/2008, de 14 de noviembre, por el que se establecen las medidas para la coordinación de las actividades publicitarias de la Administración Pública de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia, y en el código de Buenas Prácticas de la Administración Pública aprobado por acuerdo de Consejo de Gobierno de 27 de julio de 2012 y publicado en el BORM nº 170 de 3 de agosto.

El presupuesto base de licitación se ha calculado teniendo en cuenta las tarifas aplicadas en el Plan de Medios Nacional del año 2021, el alcance y la notoriedad de las acciones previstas.

Dado que nos encontramos en el ejercicio 2021 y la ejecución de los contratos afectarían a los presupuestos administrativos de gastos del ITREM para los ejercicios 2022 y 2023 ya que está previsto que la formalización de los contratos se lleve a cabo durante el primer trimestre del año 2022, procede realizar una tramitación anticipada de gasto.

El ITREM considera necesario ejecutar dichos planes de medios al objeto de promocionar entre el público nacional los atractivos turísticos de la Región de Murcia y contribuir así a la activación del tejido empresarial turístico regional, que tanto está sufriendo los efectos de la pandemia.

Y para que conste, a los efectos oportunos, se emite este informe en Murcia, a fecha de la firma electrónica

[Redacted Signature]

Jefe de Área de Comunicación  
Instituto de Turismo de la Región de Murcia

## Certificación de existencia de Crédito.


D. , como jefe del Área Económico-Presupuestaria del Instituto de Turismo de la Región de Murcia,

### CERTIFICA

Que, con relación al concepto presupuestario del área de **PU, (Acciones de apoyo a la promoción: Campaña de Medios Nacional)** Y dentro de las acciones de apoyo a la promoción del turismo, de la Región de Murcia, se prevé destinar durante los ejercicios 2022 Y 2023 la cantidad de **2.025.000,00 y 675.000,00 euros, respectivamente**, en concepto de **“Plan de medios nacional, 2022/23”**

Para hacer frente al gasto descrito en el párrafo anterior, en el presupuesto del Instituto de Turismo de la Región de Murcia (ITREM) se ha formalizado la existencia de crédito suficiente dentro del área de **PU (COMUNICACIÓN)**, y mediante la **RC1505/2021** con una dotación presupuestaria por importe de **2.700.000,00 euros**.

Y para que conste y a los efectos oportunos, expido el presente en Murcia al día de la firma electrónica.

  
Jefe del Área Económico-Presupuestaria  
del Instituto de Turismo de la Región de Murcia,