



EXTRACTO DE DOCUMENTOS CONTENIDOS EN EL EXPEDIENTE RELATIVO A:

CONSEJO DE GOBIERNO: SESIÓN DE 17/02/2022

CONSEJERÍA DE PRESIDENCIA, TURISMO CULTURA Y DEPORTES.

PUNTO DEL ORDEN DEL DÍA: 3

ASUNTO: Autorización de Gasto al Instituto de Turismo de la Región de Murcia, por importe máximo de 350.000,00 €, IVA incluido, correspondientes a la contratación de las inversiones previstas en el futuro Plan de Medios Regional del ITREM.

Orden	Nombre del documento	Tipo de acceso (total / parcial / reservado)	Motivación del acceso parcial o reservado
01.	INFORME NECESIDAD Jefa de Area de Comunicación del ITREM	TOTAL	
02.	PROPUESTA del Director General del ITREM	TOTAL	
03.	INFORME JURÍDICO.	TOTAL	
04.	PROPUESTA DE ELEVACIÓN A CONSEJO DE GOBIERNO.	TOTAL	
05.	CERTIFICACION DEL CONSEJO DE GOBIERNO	TOTAL	

Según lo establecido en el artículo 14.3.c) de la Ley 12/2014, de 16 de diciembre de 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 del Servicio Jurídico

Fdo.: Esther García Losilla

(Documento firmado electrónicamente al margen)





INFORME DE NECESIDAD PARA LLEVAR A CABO LA CONTRATACIÓN DE LAS INVERSIONES PREVISTAS EN EL PLAN DE MEDIOS REGIONAL 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, anteriormente ha contratado los servicios de una agencia especializada en la compra de espacios publicitarios en medios de comunicación para que desarrollara el Plan de Medios Regional 2021 en base a los parámetros técnicos y de medición mencionados anteriormente. Dicho plan tenía un presupuesto máximo de 338.239,64 € IVA incluido, que se repartieron según criterios de audiencia entre varios soportes de televisión, radio, prensa impresa y digital y periódicos digitales.

El presupuesto base de licitación para la contratación de las inversiones del futuro Plan de Medios Regional que están previstas tengan una duración de un año a contar a partir de la firma de los contratos, asciende a la cantidad de 350.000,00 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 regional 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.

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

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

Violeta Pérez Fructuoso

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





PROPUESTA DE AUTORIZACIÓN DEL GASTO CORRESPONDIENTE A LA CONTRATACIÓN DE LAS INVERSIONES PREVISTAS EN EL PLAN DE MEDIOS REGIONAL.

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.

El Instituto de Turismo 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.

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.

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, anteriormente ha contratado los servicios de una agencia especializada en la compra de espacios publicitarios en medios de comunicación para que desarrollara el Plan de Medios Regional. Dicho plan repartió el presupuesto máximo de 338.239,64 € IVA incluido, 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.

El presupuesto base de licitación para la contratación de las inversiones del futuro Plan de Medios Regional que están previstas tengan una duración de un año a contar a partir de la firma de los contratos,





asciende a la cantidad de 350.000,00 € 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 regionales 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.

De este modo, el Plan de Medios se instrumentalizará mediante contratos individuales con cada uno de los medios de comunicación, estando amparados en lo previsto en el artículo 168.a) 2º de la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público, por la que se transponen al ordenamiento jurídico español las Directivas del Parlamento Europeo y del Consejo 2014/23/UE y 2014/24/UE, de 26 de febrero de 2014.

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, se propone la **elevación a Consejo de Gobierno** de la siguiente propuesta de,

A C U E R D O

Autorizar la realización del gasto al Instituto de Turismo de la Región de Murcia por importe máximo de 289.256.20 € IVA excluido, lo que al tipo actual del 21% de IVA supondría un total de 350.000,00 €, IVA incluido, correspondientes a la contratación de las inversiones previstas en el futuro plan de medios regional del ITREM.

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.

MARTINEZ CARRASCO, JUAN FRANCISCO
08/02/2022 14:59:47

Esta es una copia auténtica imprimible de un documento electrónico administrativo archivado por la Comunidad Autónoma de Murcia, según artículo 27.3.c) de la Ley 39/2015. Los firmantes y las fechas de firma se muestran en los recuadros. Su autenticidad puede ser contrastada accediendo a la siguiente dirección: <https://sede.carm.es/verificardocumentos> e introduciendo el código seguro de verificación (CSV) CARM-6406c20c-88e7-1d72-ec55-0050569934e7





INFORME JURÍDICO

ASUNTO – *Autorizar al Instituto de Turismo de la Región de Murcia la realización del gasto por importe máximo de 289.256.20 € IVA excluido, lo que al tipo actual del 21% de IVA supondría un total de 350.000,00 €, IVA incluido, correspondientes a la contratación de las inversiones previstas en el futuro plan de medios regional del ITREM*

Se ha recibido la Propuesta del Director General del Instituto de Turismo de la Región de Murcia (ITREM) de fecha 08/02/2022, para la autorización de gasto por importe de 289.256,20 € IVA excluido, lo que al tipo actual del 21% de IVA supondría un total de 350.000,00 €, IVA incluido, a dicho Instituto acerca del asunto referenciado.

En virtud del artículo 4 del Decreto nº 3/2022, de 8 de febrero, de Reorganización de la Administración Regional, la Consejería competente por razón de la materia es la Consejería de Presidencia, Turismo, Cultura 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; cultura; juventud; deportes, entre otras.

De conformidad con el artículo 11 del Decreto 53/2001, de 15 de junio, por el que se establece la estructura orgánica de la Secretaría General de la Consejería de Presidencia, 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 de la Jefa del área de comunicación del ITREM
- Propuesta del Director General del Instituto de Turismo de la Región de Murcia
- Certificación de existencia de crédito del Área Económico Presupuestaria del ITREM

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.

El Decreto del Presidente nº 3/2022, de 8 de febrero, de Reorganización de la Administración Regional, que establece que la Consejería competente por razón de la materia es la Consejería de Presidencia, Turismo, Cultura 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, cultura, 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 importe máximo de 289.256.20 € IVA excluido, lo que al tipo actual del 21% de IVA supondría un total de 350.000,00 €, IVA incluido, correspondientes a la contratación de las inversiones previstas en el futuro plan de medios regional del ITREM.

Según establece el Informe de necesidad, de fecha 8 de febrero de 2022 de la Jefa del área de comunicación del ITREM:

“(. . .) 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, anteriormente ha contratado los servicios de una agencia especializada en la





compra de espacios publicitarios en medios de comunicación para que desarrollara el Plan de Medios Regional 2021 en base a los parámetros técnicos y de medición mencionados anteriormente. Dicho plan tenía un presupuesto máximo de 338.239,64 € IVA incluido, que se repartieron según criterios de audiencia entre varios soportes de televisión, radio, prensa impresa y digital y periódicos digitales.

El presupuesto base de licitación para la contratación de las inversiones del futuro Plan de Medios Regional que están previstas tengan una duración de un año a contar a partir de la firma de los contratos, asciende a la cantidad de 350.000,00 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 regional de prensa, revistas, radio, televisión, digital y exterior. (...).”

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 **informa favorablemente** la propuesta de autorización al Instituto de Turismo de la Región de Murcia de la realización del gasto por importe máximo de 289.256.20 € IVA excluido, lo que al tipo actual del 21% de IVA supondría un total de 350.000,00 €, IVA incluido, correspondientes a la contratación de las inversiones previstas en el futuro plan de medios regional del ITREM.

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

La Técnica Consultora

María Font Sanmartín

(Documento firmado electrónicamente al margen)

Vº Bº La Jefa de Servicio Jurídico

Esther García Losilla

(Documento firmado electrónicamente al margen)

10/02/2022 10:39:59

09/02/2022 19:19:21 GARCIA LOSILLA, ESTHER

FONT-SANMARTIN, MARIA

Esta es una copia auténtica imprimible de un documento electrónico administrativo archivado por la Comunidad Autónoma de Murcia, según artículo 27.3.c) de la Ley 39/2015. Los firmantes y las fechas de firma se muestran en los recuadros. Su autenticidad puede ser contrastada accediendo a la siguiente dirección: <https://sede.carm.es/verificardocumentos> e introduciendo el código seguro de verificación (CSV) CARM-71dd6d63-8625-48fb-d065-005056916280



AL CONSEJO DE GOBIERNO

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.

El Instituto de Turismo 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.

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.

El presupuesto base de licitación para la contratación de las inversiones del futuro Plan de Medios Regional que están previstas tengan una duración de un año a contar a partir de la firma de los contratos, asciende a la cantidad de 350.000,00 € 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 regionales 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.





El Plan de Medios se instrumentalizará mediante contratos individuales con cada uno de los medios de comunicación, estando amparados en lo previsto en el artículo 168.a) 2º de la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público, por la que se transponen al ordenamiento jurídico español las Directivas del Parlamento Europeo y del Consejo 2014/23/UE y 2014/24/UE, de 26 de febrero de 2014.

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, **elevó a Consejo de Gobierno de la siguiente propuesta de,**

A C U E R D O

Autorizar al Instituto de Turismo de la Región de Murcia la realización del gasto por importe máximo de 289.256.20 € IVA excluido, lo que al tipo actual del 21% de IVA supondría un total de 350.000,00 €, IVA incluido, correspondientes a la contratación de las inversiones previstas en el futuro plan de medios regional del ITREM.

Murcia, a fecha de la firma electrónica.

EL CONSEJERO DE PRESIDENCIA, TURISMO, CULTURA Y DEPORTES.

Marcos Ortuño Soto

10/02/2021 14:34:19

ORTUÑO SOTO, MARCOS

Esta es una copia auténtica imprimible de un documento electrónico administrativo archivado por la Comunidad Autónoma de Murcia, según artículo 27.3.c) de la Ley 39/2015. Los firmantes y los fechas de firma se muestran en los recuadros. Su autenticidad puede ser contrastada accediendo a la siguiente dirección: <https://sede.carm.es/verificardocumentos> e introduciendo el código seguro de verificación (CSV) CARM-a8208498-8a76-4671-61c8-0050569b34e7





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

DON MARCOS ORTUÑO SOTO, SECRETARIO DEL CONSEJO DE GOBIERNO DE LA COMUNIDAD AUTÓNOMA DE LA REGIÓN DE MURCIA.

CERTIFICO: Según resulta del borrador del acta de la sesión celebrada el día diecisiete de febrero de dos mil veintidós, a propuesta del Consejero de Presidencia, Turismo, Cultura y Deportes, el Consejo de Gobierno acuerda autorizar al Instituto de Turismo de la Región de Murcia la realización del gasto correspondiente a la contratación de las inversiones previstas en el futuro plan de medios regional del Instituto de Turismo de la Región de Murcia, por importe máximo de trescientos cincuenta mil euros (350.000,00 €), IVA incluido.

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.

18/02/2022 10:04:06

ORTUÑO SOTO, MARCOS

Esta es una copia auténtica imprimible de un documento electrónico administrativo archivado por la Comunidad Autónoma de Murcia, según artículo 27.3.c) de la Ley 39/2015. Los firmantes y los hechos de firma se muestran en los recuadros. Su autenticidad puede ser contrastada accediendo a la siguiente dirección: <https://sede.carm.es/verificardocumentos> e introduciendo el código seguro de verificación (CSV) CARM-df842cf4-9099-e018-e5ee-00505696280

