



Región de Murcia
Consejería de Presidencia,
Turismo y Deportes

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

CERTIFICO: Según resulta del borrador del acta de la sesión celebrada el día 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 3.070.000,00 € IVA incluido, repartidos entre las anualidades 2022, 2023 y 2024 correspondiente a la contratación de un servicio de agencia de medios para la planificación estratégica, compra de espacios publicitarios y ejecución de acciones publicitarias en ciudades europeas para el posicionamiento turístico del destino 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 16/12/2021 13:02:36

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 el código seguro de verificación (CSV)

0



ÍNDICE AUTORIZACIÓN ESPACIOS PUBLICITARIOS ITREM

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



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 estrategia del Instituto de Turismo de la Región de Murcia para el año 2022 y siguientes, establece como principales retos recuperar la demanda turística y posicionar 'Costa Cálida – Región de Murcia' como un destino de vacaciones, tanto de cara a la temporada estival como al resto del año. Para ello, es necesario llevar a cabo campañas de publicidad tanto a nivel nacional como internacional que posicionen el destino en la mente del consumidor.

De cara al próximo año 2022 considerando las infraestructuras de transporte de pasajeros con las que cuenta la Región de Murcia, como son la alta velocidad ferroviaria que próximamente se pondrá en funcionamiento, y el Aeropuerto Internacional de la Región de Murcia, cuya actividad se ha visto mermada considerablemente durante el año 2020 y 2021 debido a la pandemia ocasionada por el COVID-19, el ITREM plantea promocionar la Región de Murcia durante el año 2022 en distintas ciudades europeas que considera mercados con potencial crecimiento y con las que pueda llegar a tener una fácil conectividad.

Desde el ITREM se ha considerado, entre otros motivos, por su localización, su área de influencia, la población de ésta y la potencialidad de explotación de esos mercados, que las ciudades de París (Región de Isla de Francia), Toulon (Región de Provenza- Alpes-Costa Azul), Santiago de Compostela (CA Galicia), Oporto (Región del Norte), Oviedo (CA Asturias) y Las Palmas de Gran Canaria (CA Islas Canarias), serían sitios idóneos para llevar a cabo acciones de promoción.

Además, estas zonas pueden emitir flujos de turistas fuera de la temporada alta de la Región de Murcia, desestacionalizando así nuestro destino.

Asimismo, el buen clima que tiene la Región de Murcia durante todo el año puede ser uno de los principales reclamos a la hora de elegirnos por parte de los turistas procedentes de estas zonas más frías, e incluso en el caso de Canarias puede constituir un destino atractivo para sus residentes viajar a esta zona, con temperaturas siempre más suaves que el resto de la península en la temporada de invierno.

Por todos estos motivos, el ITREM considera necesario la contratación de un servicio de agencia de medios para la planificación estratégica, compra de espacios publicitarios y ejecución de acciones publicitarias en ciudades europeas para el posicionamiento turístico del destino Región de Murcia.



Se fija como presupuesto base de licitación para un año la cantidad de 1.220.000,00 € IVA incluido, en concepto de publicidad y posicionamiento turístico del destino en las ciudades de origen.

En relación con el cálculo del valor estimado del contrato, este se ha estimado en 2.537.190,08 € IVA excluido, ya que el contrato podría ser prorrogado hasta un máximo de dos años más a razón de 1.008.264,46 € IVA excluido para el primer año, 834.710,74 € para el segundo año y 694.214,88 € IVA excluido para el tercer año, lo que daría un total de 3.070.000,00 € IVA incluido.

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 3.070.000,00 € IVA incluido, repartidos entre las anualidades 2022, 2023 y 2024 correspondiente a la contratación de un servicio de agencia de medios para la planificación estratégica, compra de espacios publicitarios y ejecución de acciones publicitarias en ciudades europeas para el posicionamiento turístico del destino Región de Murcia.

Cartagena, 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 3.070.000,00 € IVA incluido, repartidos entre las anualidades 2022, 2023 y 2024 correspondiente a la contratación de un servicio de agencia de medios para la planificación estratégica, compra de espacios publicitarios y ejecución de acciones publicitarias en ciudades europeas para el posicionamiento turístico del destino Región de Murcia.*

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 3.070.000,00 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 nº 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 nº 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 TRES MILLONES SETENTA MIL EUROS (3.070.000,00 €), con cargo al presupuesto del año 2021, para la contratación de un servicio de agencia de medios para la planificación estratégica, compra de espacios publicitarios y ejecución de acciones publicitarias en ciudades europeas para el posicionamiento turístico del destino Región de Murcia.



Finalidad: Realización de acciones promocionales, entre las que destaca la realización de campañas de publicidad a nivel nacional e internacional de los recursos y productos turísticos existentes, con la finalidad de dar a conocer la Costa Cálida-Región de Murcia como destino vacacional y aumentar el flujo de turistas que nos visitan.

Según establece el Informe de necesidad:

El sector turístico ha ido ganando potencial y fortaleza durante los últimos años, llegando a ser una de las principales industrias regionales con un papel protagonista en la transición hacia un nuevo modelo económico, impulsor de la economía y del bienestar regional. A nivel económico, y descartando los ejercicios 2020 y 2021 en los que ha influido la pandemia del COVID-19, el PIB turístico creció hasta los 3.686 millones de euros, incrementando su participación en el PIB regional en casi un punto en cinco años, pasando del 10,5% en 2014 al 11,3% para el año 2019.

Por consiguiente, la reactivación del sector turístico regional se hace una necesidad urgente para la economía regional, ya que la crisis sanitaria ocasionada por el COVID-19, ha supuesto un freno de la actividad turística en su totalidad, perdurando aún en la actualidad. Estamos en un momento decisivo, con menos restricciones para el turismo y esto supone un paso definitivo para la recuperación económica de la Región de Murcia.

La estrategia del Instituto de Turismo de la Región de Murcia para el año 2022 y siguientes, establece como principales retos recuperar la demanda turística y posicionar 'Costa Cálida – Región de Murcia' como un destino de vacaciones, tanto de cara a la temporada estival como al resto del año. Para ello, es necesario llevar a cabo campañas de publicidad tanto a nivel nacional como internacional que posicionen el destino en la mente del consumidor.

Por otra parte, dicha planificación estratégica prevé la puesta en marcha de políticas de diversificación de mercados, que minimicen y compensen el impacto de la caída del turismo británico por el efecto del Brexit que se ha producido desde enero 2021, y fomenten la pluralización de empresas con presencia en la Región de Murcia para evitar una excesiva dependencia de



proveedores turísticos y amortiguar los efectos de posibles situaciones de crisis.

El esfuerzo por aumentar la visibilidad y la cuota de mercado que están llevando a cabo otros destinos turísticos competidores, hace necesario un esfuerzo adicional en promoción con la finalidad de ganar demanda turística y posicionar a “Costa Cálida – Región de Murcia” como un destino de vacaciones, tanto de cara a la temporada estival como al resto del año.

Entre las actuaciones a llevar a cabo para la captación de flujos turísticos en mercados objetivos maduros y en otros poco consolidados hasta la fecha, se encuentra la de contratar un servicio de agencia de medios para la planificación, compra de espacios publicitarios y ejecución de acciones publicitarias en diferentes ciudades europeas para la promoción turística de la Región de Murcia.

Así, de cara al próximo año 2022 considerando las infraestructuras de transporte de pasajeros con las que cuenta la Región de Murcia como son la alta velocidad ferroviaria que próximamente se pondrá en funcionamiento, el Puerto marítimo de Cartagena y el Aeropuerto Internacional de la Región de Murcia, cuya actividad se ha visto mermada considerablemente durante los años 2020 y 2021 debido a la pandemia ocasionada por el COVID-19; el ITREM plantea promocionar la Región de Murcia durante el año 2022 en distintas ciudades europeas que considera mercados con potencial crecimiento y con las que pueda llegar a tener una fácil conectividad.

Desde el ITREM se ha considerado, entre otros motivos, por su localización, su área de influencia, la población de ésta y la potencialidad de explotación de esos mercados, que las ciudades de París (Región de Isla de Francia), Toulon (Región de Provenza-Alpes-Costa Azul), Santiago de Compostela (CA Galicia), Oporto (Región del Norte), Oviedo (CA Asturias) y Las Palmas de Gran Canaria (CA Islas Canarias), serían sitios idóneos para llevar a cabo acciones de promoción.

Además, estas zonas pueden emitir flujos de turistas fuera de la temporada alta de la Región de Murcia, desestacionalizando así nuestro destino.



Asimismo, el buen clima que tiene la Región de Murcia durante todo el año puede ser uno de los principales reclamos a la hora de elegirnos por parte de los turistas procedentes de estas zonas más frías, e incluso en el caso de Canarias puede constituir un destino atractivo para sus residentes viajar a esta zona, con temperaturas siempre más suaves que el resto de la península en la temporada de invierno.

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 TRES MILLONES SETENTA MIL EUROS (3.070.000,00 €), con cargo al presupuesto del año 2021, para la contratación de un servicio de agencia de medios para la planificación estratégica, compra de espacios publicitarios y ejecución de acciones publicitarias en ciudades europeas para el posicionamiento turístico del destino Región de Murcia.

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

VºBº El Vicesecretario

La Jefa de Servicio Jurídico

(Fecha y firma electrónica al margen)

10/12/2021 14:21:58

10/12/2021 14:20:33

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)

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 publicidad en origen)** Y dentro de las acciones de apoyo a la promoción del turismo, de la Región de Murcia, se prevé destinar durante el ejercicio 2022-2023 y 2024 la cantidad de **1.220.000,00, 1.010.000,00 y 840.000,00 euros, respectivamente**, en concepto de **“Acciones de apoyo a la promoción”**

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 **RC1504/2021** con una dotación presupuestaria por importe de **3.070.000,00 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,



INFORME DE NECESIDAD PARA LA CONTRATACIÓN DE UN SERVICIO DE AGENCIA DE MEDIOS PARA LA PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA, COMPRA DE ESPACIOS PUBLICITARIOS Y EJECUCIÓN DE ACCIONES PUBLICITARIAS EN CIUDADES EUROPEAS PARA EL POSICIONAMIENTO TURISTICO DEL DESTINO REGIÓN DE MURCIA.

El artículo 10.16 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.

En cumplimiento de dichos objetivos el ITREM viene realizando diversos tipos de acciones promocionales, entre las que destaca la realización de campañas de publicidad a nivel nacional e internacional de los recursos y productos turísticos existentes, con la finalidad de dar a conocer la Costa Cálida-Región de Murcia como destino vacacional y aumentar el flujo de turistas que nos visitan.

El sector turístico ha ido ganando potencial y fortaleza durante los últimos años, llegando a ser una de las principales industrias regionales con un papel protagonista en la transición hacia un nuevo modelo económico, impulsor de la economía y del bienestar regional. A nivel económico, y descartando los ejercicios 2020 y 2021 en los que ha influido la pandemia del COVID-19, el PIB turístico creció hasta los 3.686 millones de euros, incrementando su participación en el PIB regional en casi un punto en cinco años, pasando del 10,5% en 2014 al 11,3% para el año 2019.

Por consiguiente, la reactivación del sector turístico regional se hace una necesidad urgente para la economía regional, ya que la crisis sanitaria ocasionada por el COVID-19, ha supuesto un freno de la actividad turística en su totalidad, perdurando aún en la actualidad. Estamos en un momento decisivo, con menos restricciones para el turismo y esto supone un paso definitivo para la recuperación económica de la Región de Murcia.

La estrategia del Instituto de Turismo de la Región de Murcia para el año 2022 y siguientes, establece como principales retos recuperar la demanda turística y posicionar 'Costa Cálida – Región de Murcia' como un destino de vacaciones, tanto de cara a la temporada estival como al resto del año. Para ello, es necesario llevar a cabo campañas de publicidad tanto a nivel nacional como internacional que posicionen el destino en la mente del consumidor.



Por otra parte, dicha planificación estratégica prevé la puesta en marcha de políticas de diversificación de mercados, que minimicen y compensen el impacto de la caída del turismo británico por el efecto del Brexit que se ha producido desde enero 2021, y fomenten la pluralización de empresas con presencia en la Región de Murcia para evitar una excesiva dependencia de proveedores turísticos y amortiguar los efectos de posibles situaciones de crisis.

El esfuerzo por aumentar la visibilidad y la cuota de mercado que están llevando a cabo otros destinos turísticos competidores, hace necesario un esfuerzo adicional en promoción con la finalidad de ganar demanda turística y posicionar a “Costa Cálida – Región de Murcia” como un destino de vacaciones, tanto de cara a la temporada estival como al resto del año.

Entre las actuaciones a llevar a cabo para la captación de flujos turísticos en mercados objetivos maduros y en otros poco consolidados hasta la fecha, se encuentra la de contratar un servicio de agencia de medios para la planificación, compra de espacios publicitarios y ejecución de acciones publicitarias en diferentes ciudades europeas para la promoción turística de la Región de Murcia.

Así, de cara al próximo año 2022 considerando las infraestructuras de transporte de pasajeros con las que cuenta la Región de Murcia como son la alta velocidad ferroviaria que próximamente se pondrá en funcionamiento, el Puerto marítimo de Cartagena y el Aeropuerto Internacional de la Región de Murcia, cuya actividad se ha visto mermada considerablemente durante los años 2020 y 2021 debido a la pandemia ocasionada por el COVID-19; el ITREM plantea promocionar la Región de Murcia durante el año 2022 en distintas ciudades europeas que considera mercados con potencial crecimiento y con las que pueda llegar a tener una fácil conectividad.

Desde el ITREM se ha considerado, entre otros motivos, por su localización, su área de influencia, la población de ésta y la potencialidad de explotación de esos mercados, que las ciudades de París (Región de Isla de Francia), Toulon (Región de Provenza-Alpes-Costa Azul), Santiago de Compostela (CA Galicia), Oporto (Región del Norte), Oviedo (CA Asturias) y Las Palmas de Gran Canaria (CA Islas Canarias), serían sitios idóneos para llevar a cabo acciones de promoción.

Además, estas zonas pueden emitir flujos de turistas fuera de la temporada alta de la Región de Murcia, desestacionalizando así nuestro destino.

Asimismo, el buen clima que tiene la Región de Murcia durante todo el año puede ser uno de los principales reclamos a la hora de elegirnos por parte de los turistas procedentes de estas zonas más frías, e incluso en el caso de Canarias puede constituir un destino atractivo para sus residentes viajar a esta zona, con temperaturas siempre más suaves que el resto de la península en la temporada de invierno.

Por todos estos motivos, el ITREM considera necesario poner en marcha las campañas de publicidad en origen anteriormente explicadas, en cuyo reparto de la inversión las agencias de medios han de realizar una planificación de la siguiente forma:

- ✓ 55% de la inversión en medios y soportes publicitarios generalistas B2B (business to business).
- ✓ 45% de la inversión en canales de branding y comercialización B2C (business to customer).

En cuanto al tipo de soportes publicitarios, las agencias de medios deberán ofertar el mix de medios más adecuado para cada mercado, incluyendo tanto medios offline (medios impresos, radio, publicidad exterior, etc.), como online (banners display, redes sociales, branded content, creadores de contenido, etc.), siendo los soportes indicados meramente a título enunciativo, pero no limitativo.

Dado que el ITREM no dispone de medios propios para llevar a cabo directamente campañas de comunicación y publicidad de tales características, se considera apropiado convocar un procedimiento abierto por lotes para la contratación de un servicio de agencia de medios que incluya la planificación estratégica, compra de soportes publicitarios y ejecución de acciones con el objetivo de posicionar el destino Región de Murcia.

De acuerdo con lo previsto en el artículo 99.3 de la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público (LCSP) que señala que siempre que la naturaleza o el objeto del contrato lo permitan, deberá preverse la realización independiente de cada una de sus partes mediante su división en lotes; y atendiendo al presupuesto necesario para poder llevar a cabo en una ciudad o región una campaña que pueda llegar a ser eficaz, así como al presupuesto total disponible; se ha previsto que esta contratación se puede llevar a cabo a través de 6 lotes, uno para cada destino elegido (París, Toulon, Santiago de Compostela, Oporto, Oviedo y Las Palmas de Gran Canaria).

LOTE	DESTINO	2022	2023	2024
1	París	300.000 €	250.000 €	200.000 €
2	Toulon	120.000 €	100.000 €	80.000 €
3	Santiago de Compostela	250.000 €	200.000 €	180.000 €
4	Oporto	250.000 €	200.000 €	180.000 €
5	Oviedo	200.000 €	180.000 €	150.000 €
6	Las Palmas de Gran Canaria	100.000 €	80.000 €	50.000 €
	TOTAL IVA INCLUIDO	1.220.000 €	1.010.000 €	840.000 €

De acuerdo con lo dispuesto en el art. 100.2 de la LCSP se fija como presupuesto base de licitación para un año la cantidad de 1.220.000,00 € IVA incluido en concepto de publicidad y posicionamiento turístico del destino en los destinos de origen. La elaboración del presupuesto base de licitación se ha realizado teniendo en cuenta los precios de mercado, la madurez del mercado y nuestra experiencia previa en contrataciones similares.



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 ha estimado el presupuesto en 2.537.190,08 € IVA excluido, ya que el contrato podría ser prorrogado hasta un máximo de dos años más a razón de 1.008.264,46 € IVA excluido para el primer año, 834.710,74 € para el segundo año y 694.214,88 € IVA excluido para el tercer año, lo que daría un total de 3.070.000,00 € IVA incluido. La disminución progresiva de los importes de las distintas anualidades se debe a la disminución de las acciones a contratar de acuerdo con lo señalado el Pliego de Prescripciones Técnicas, a medida que estos mercados turísticos vayan consolidándose.

Para el desglose de los costes directos, indirectos y beneficio industrial se han aplicado los Ratios Sectoriales de las Sociedades no Financieras (base RSE) del Banco de España, en el sector de actividad (CNAE) M73 Publicidad y estudios de mercado (M731) Publicidad, resultando el desglose de la siguiente manera:

- Costes directos: 81,44% Estos costes incluyen los servicios de producción, diseño, maquetación, personal adscrito a la acción, etc. que repercuten directamente en el proyecto.
- Costes indirectos: 12,85% Son aquellos costes relacionados con los procesos administrativos, repercusión de instalaciones que conlleva dicho pliego, costes de suministros de luz, telefonía de datos y voz, tiempo dedicado de recurso de personal que no están directamente implicados en el proyecto, pero de forma indirecta sí que trabajan para el proyecto.
- Beneficio industrial: 5,71%, es el beneficio que la empresa adjudicataria obtiene una vez ejecutado el proyecto.

Esta licitación se realizaría mediante procedimiento abierto sujeto a regulación armonizada de acuerdo con la Ley 9/2017, de 8 de noviembre de Contratos del Sector Público, y sería publicada en el Diario Oficial de la Unión Europea y en la plataforma de contratación del sector público.

Dado que nos encontramos en el ejercicio 2021 y la ejecución del contrato y su posible prórroga afectaría a los presupuestos administrativos de gastos del ITREM para los ejercicios 2022, 2023 y 2024, procede realizar una tramitación anticipada de gasto.

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



PROPUESTA DE AUTORIZACIÓN DEL GASTO CORRESPONDIENTE LA CONTRATACIÓN DE UN SERVICIO DE AGENCIA DE MEDIOS PARA LA PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA, COMPRA DE ESPACIOS PUBLICITARIOS Y EJECUCIÓN DE ACCIONES PUBLICITARIAS EN CIUDADES EUROPEAS PARA EL POSICIONAMIENTO TURISTICO DEL DESTINO REGIÓN DE MURCIA.

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 reactivación del sector turístico regional se hace una necesidad urgente para la economía regional, ya que la crisis sanitaria ocasionada por el COVID-19, ha supuesto un freno de la actividad turística en su totalidad, perdurando aún en la actualidad. Estamos en un momento decisivo, con menos restricciones para el turismo y esto supone un paso definitivo para la recuperación económica de la Región de Murcia.

La estrategia del Instituto de Turismo de la Región de Murcia para el año 2022 y siguientes, establece como principales retos recuperar la demanda turística y posicionar 'Costa Cálida – Región de Murcia' como un destino de vacaciones, tanto de cara a la temporada estival como al resto del año. Para ello, es necesario llevar a cabo campañas de publicidad tanto a nivel nacional como internacional que posicionen el destino en la mente del consumidor.

De cara al próximo año 2022 considerando las infraestructuras de transporte de pasajeros con las que cuenta la Región de Murcia, como son la alta velocidad ferroviaria que próximamente se pondrá en funcionamiento, y el Aeropuerto Internacional de la Región de Murcia, cuya actividad se ha visto mermada considerablemente durante el año 2020 y 2021 debido a la pandemia ocasionada por el COVID-19, el ITREM



plantea promocionar la Región de Murcia durante el año 2022 en distintas ciudades europeas que considera mercados con potencial crecimiento y con las que pueda llegar a tener una fácil conectividad.

Desde el ITREM se ha considerado, entre otros motivos, por su localización, su área de influencia, la población de ésta y la potencialidad de explotación de esos mercados, que las ciudades de París (Región de Isla de Francia), Toulon (Región de Provenza-Alpes-Costa Azul), Santiago de Compostela (CA Galicia), Oporto (Región del Norte), Oviedo (CA Asturias) y Las Palmas de Gran Canaria (CA Islas Canarias), serían sitios idóneos para llevar a cabo acciones de promoción.

Además, estas zonas pueden emitir flujos de turistas fuera de la temporada alta de la Región de Murcia, desestacionalizando así nuestro destino.

Asimismo, el buen clima que tiene la Región de Murcia durante todo el año puede ser uno de los principales reclamos a la hora de elegirnos por parte de los turistas procedentes de estas zonas más frías, e incluso en el caso de Canarias puede constituir un destino atractivo para sus residentes viajar a esta zona, con temperaturas siempre más suaves que el resto de la península en la temporada de invierno.

Por todos estos motivos, el ITREM considera necesario la contratación de un servicio de agencia de medios para la planificación estratégica, compra de espacios publicitarios y ejecución de acciones publicitarias en ciudades europeas para el posicionamiento turístico del destino Región de Murcia.

De acuerdo con lo dispuesto en el art. 100.2 de la LCSP se fija como presupuesto base de licitación para un año la cantidad de 1.220.000,00 € IVA incluido, en concepto de publicidad y posicionamiento turístico del destino en las ciudades de origen. La elaboración del presupuesto base de licitación se ha realizado teniendo en cuenta los precios de mercado, la madurez del mercado y nuestra experiencia previa en contrataciones similares.

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 ha estimado a este en 2.537.190,08 € IVA excluido, ya que el contrato podría ser prorrogado hasta un máximo de dos años más a razón de 1.008.264,46 € IVA excluido para el primer año, 834.710,74 € para el segundo año y 694.214,88 € IVA excluido para el tercer año, lo que daría un total de 3.070.000,00 € IVA incluido. La disminución progresiva de los importes de las distintas



anualidades se debe a la disminución de las acciones a contratar de acuerdo con lo señalado el Pliego de Prescripciones Técnicas, a medida que estos mercados turísticos vayan consolidándose.

Dado que nos encontramos en el ejercicio 2021 y la ejecución del contrato y su posible prórroga afectaría a los presupuestos administrativos de gastos del ITREM para los ejercicios 2022, 2023 y 2024, procede realizar una tramitación anticipada de gasto

Esta licitación que se llevará a cabo por lotes, se realizaría mediante procedimiento abierto sujeto a regulación armonizada de acuerdo con la Ley 9/2017, de 8 de noviembre de Contratos del Sector Público, y sería publicada en el Diario Oficial de la Unión Europea y en la plataforma de contratación del Estado.

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,

ACUERDO

Autorizar el gasto al Instituto de Turismo de la Región de Murcia por importe máximo de 3.070.000,00 € IVA incluido, repartidos entre las anualidades 2022, 2023 y 2024 correspondiente a la contratación de un servicio de agencia de medios para la planificación estratégica, compra de espacios publicitarios y ejecución de acciones publicitarias en ciudades europeas para el posicionamiento turístico del destino Región de Murcia.

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.