



EXTRACTO DE DOCUMENTOS CONTENIDOS EN EL EXPEDIENTE RELATIVO A:

CONSEJO DE GOBIERNO: SESIÓN DE 26/01/2023

CONSEJERÍA DE PRESIDENCIA, TURISMO, CULTURA, DEPORTES, JUVENTUD Y PORTAVOCÍA.

ORDEN DEL DÍA :4

ASUNTO: AUTORIZACIÓN DE GASTO AL ITREM PARA EL DESARROLLO DE CAMPAÑAS DE MARKETING PARA EL POSICIONAMIENTO DEL DESTINO REGIÓN DE MURCIA EN DIFERENTES MERCADOS TURISTICOS EMISORES NACIONALES Y DE LA UNIÓN EUROPEA

Orden	Nombre del documento	Tipo de acceso (total / parcial / reservado)	Motivación del acceso parcial o reservado
01.	Informe de necesidad de la Directora de la Oficina de Promoción de Promoción 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.	Certificación 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



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

Secretaría General

(Documento firmado electrónicamente al margen)

26/01/2023 12:48:16

GARCIA LOSILLA, ESTHER

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)



INFORME DE NECESIDAD PARA EL DESARROLLO DE CAMPAÑAS DE MARKETING PARA EL POSICIONAMIENTO DEL DESTINO REGIÓN DE MURCIA EN DIFERENTES MERCADOS TURISTICOS EMISORES NACIONALES Y DE LA UNIÓN EUROPEA.

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 marketing a nivel nacional e internacional de los recursos y productos turísticos existentes, con la finalidad de dar a conocer la Región de Murcia como destino vacacional y aumentar el flujo de turistas que nos visitan.

En la Región de Murcia el sector turístico se ha posicionado en los últimos años como una de las principales industrias, con una destacada contribución al impulso de la economía y del bienestar. Prueba de ello es su creciente peso en la economía. Y es que, con un aumento del PIB turístico hasta los casi 3.700 millones de euros, el sector incrementó su participación en el PIB regional en un punto en los cinco años anteriores a la pandemia, pasando del 10,5% en 2014 al 11,3% para el año 2019, referencia a recuperar como escenario de normalidad.

Ante una situación de incertidumbre, provocada primero por la crisis sanitaria, económica y social tras el impacto de la COVID-19 de forma global, y a continuación por la invasión de Ucrania, la crisis energética y la inflación, las actuaciones de marketing de los destinos turísticos se están viendo forzadas a dar un impulso excepcional para competir por una cuota de mercado de los viajes cada vez con más competidores, convirtiéndose en una necesidad urgente para la economía regional.

Por tanto, la estrategia del Instituto de Turismo de la Región de Murcia para el año 2023 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 la selección de los mercados objetivo de este contrato se han tenido en cuenta características tales como su localización, su área de influencia, la población y la potencialidad de conexiones con los mismos, sin olvidar el que sean zonas que puedan emitir flujos de turistas fuera de la temporada alta de la Región de Murcia, desestacionalizando el destino, principalmente debido al buen clima que tiene la Región de Murcia durante todo el año, que le permite ser uno de los principales reclamos para turistas procedentes de zonas más frías.

Además, dentro del ámbito de los mercados emisores de media distancia se persigue también el que mediante campañas de posicionamiento del destino como la objeto de este contrato, no



solo sea objeto la captación del interés de los consumidores de dichos mercados en elegir la Región de Murcia como su destino de vacaciones, sino que además, mediante la búsqueda de los medios de transporte necesarios para alcanzar el destino, el aumento de esta demanda pueda derivar en el interés por parte de líneas de transportes, principalmente aéreas para la mejora, ampliación o establecimiento de conexiones entre dichos mercados y la Región de Murcia.

En el caso concreto del transporte aéreo, se consideran de alto interés aquellas ciudades del territorio nacional peninsular que cuenten con hubs aéreos, dado que no suponen competencia directa de la Región de Murcia como los hubs insulares. Se entiende como hub un aeropuerto que es un centro de conexiones entre rutas, y que por tanto cuenta con un gran número de vuelos de salida y entrada junto con horarios de aerolíneas bien sincronizados. De ahí que la captación del interés entre los usuarios de un aeropuerto hub y por tanto la demanda por parte de éstos de conectividades con la Región de Murcia, convertiría esas conectividades en una puerta de entrada a aquellos destinos, tanto nacionales como de toda Europa, con los que no se cuente con conexiones directas aumentando así la competitividad turística de la Región de Murcia.

Por tanto y establecidas todas las variantes anteriormente mencionadas, el ITREM considera de interés la realización de campañas específicas de marketing para el posicionamiento del destino Región de Murcia entre los potenciales clientes de mercados tales como **Italia y Francia en el ámbito europeo, y Galicia y Hubs peninsulares en el nacional.**

En cuanto a los soportes publicitarios, se utilizará el mix de medios más adecuado para cada mercado, incluyendo tanto medios offline (medios impresos, radio, publicidad exterior, tarjetas de embarque, etc.), como online (banners display, redes sociales, branded content, banners app, creadores de contenido, entretenimiento a bordo, etc.), siendo los soportes indicados meramente a título enunciativo, pero no limitativo. En cuanto al reparto de la inversión, no se podrá destinar más del 50% del coste total de las acciones propuestas a medios propiedad de la empresa adjudicataria.

Dado que el ITREM no dispone de medios propios para llevar a cabo directamente campañas de marketing de tales características, se considera apropiado convocar un procedimiento abierto por lotes para la contratación de un servicio de campañas de marketing para promocionar el destino Región de Murcia en los mercados anteriormente mencionados, en los cuales o ya hay conectividades o existen compañías que piensan establecerlas próximamente.

De acuerdo con lo dispuesto en el art. 100.2 de la LCSP se fija como presupuesto base de licitación para el primer año y para el conjunto de lotes, la cantidad de TRES MILLONES DE EUROS (3.000.000,00 €), IVA incluido.

De acuerdo con lo establecido en el art. 101 de la LCSP, el valor estimado para la contratación es de **cinco millones setecientos veintisiete mil doscientos setenta y dos euros con setenta y dos céntimos (5.727.272,72 €) IVA excluido**, incluyendo las posibles prórrogas del contrato.



El importe correspondiente al plazo de ejecución inicial de un año, asciende a dos millones cuatrocientos setenta y nueve mil trescientos treinta y ocho euros con ochenta y cuatro céntimos (2.479.338,84 €) IVA excluido, a lo que hay que sumar la prórroga prevista hasta un máximo de dos años, a razón de un millón ochocientos ochenta y cuatro mil doscientos noventa y siete euros con cincuenta y dos céntimos, (1.884.297,52€) IVA excluido para el primer año y un millón trescientos sesenta y tres mil seiscientos treinta y seis euros con treinta y seis céntimos (1.363.636,36 €) IVA excluido para el segundo año de prórroga.

Lo que añadiendo el IVA al tipo del 21%, supone un gasto total de seis millones novecientos treinta mil euros (6.930.000,00 €) para los tres años de duración del contrato, incluidas las posibles prórrogas.

Por todo lo expuesto la directora de la Oficina de Promoción emite el presente informe de necesidad e idoneidad, así como de estimación del valor de la contratación.

En Murcia, a fecha de la firma electrónica.

María del Mar Martínez Ballester
Directora Oficina de Promoción
Instituto de Turismo de la Región de Murcia



PROPUESTA DE AUTORIZACIÓN DE GASTO PARA EL DESARROLLO DE CAMPAÑAS DE MARKETING PARA EL POSICIONAMIENTO DEL DESTINO REGIÓN DE MURCIA EN DIFERENTES MERCADOS TURISTICOS EMISORES NACIONALES Y DE LA UNIÓN EUROPEA.

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.

La estrategia del Instituto de Turismo de la Región de Murcia para el año 2023 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 la selección de los mercados objetivo de este contrato se han tenido en cuenta características tales como su localización, su área de influencia, la población y la potencialidad de conexiones con los mismos, sin olvidar el que sean zonas que puedan emitir flujos de turistas fuera de la temporada alta de la Región de Murcia, desestacionalizando el destino, principalmente debido al buen clima que tiene la Región de Murcia durante todo el año, que le permite ser uno de los principales reclamos para turistas procedentes de zonas más frías

Además, dentro del ámbito de los mercados emisores de media distancia se persigue también el que mediante campañas de posicionamiento del destino como la objeto de este contrato, no solo sea objeto la captación del interés de los consumidores de dichos mercados en elegir la Región de Murcia como su destino de vacaciones, sino que además, mediante la búsqueda de los medios de transporte necesarios para alcanzar el destino, el aumento de esta demanda pueda derivar en el interés por parte de líneas de transportes, principalmente aéreas para la mejora, ampliación o establecimiento de conexiones entre dichos mercados y la Región de Murcia.

En el caso concreto del transporte aéreo, se consideran de alto interés aquellas ciudades del territorio nacional peninsular que cuenten con hubs aéreos, dado que no suponen competencia directa de la Región de Murcia como los hubs insulares. Se entiende como hub un aeropuerto que es un centro de conexiones entre rutas, y que por tanto cuenta con un gran número de vuelos de salida y entrada junto con horarios de aerolíneas bien sincronizados. De ahí que la captación del interés entre los usuarios de un aeropuerto



hub y por tanto la demanda por parte de éstos de conectividades con la Región de Murcia, convertiría esas conectividades en una puerta de entrada a aquellos destinos, tanto nacionales como de toda Europa, con los que no se cuente con conexiones directas aumentando así la competitividad turística de la Región de Murcia.

Por tanto y establecidas todas las variantes anteriormente mencionadas, el ITREM considera de interés la realización de campañas específicas de marketing para el posicionamiento del destino Región de Murcia entre los potenciales clientes de mercados tales como Italia y Francia en el ámbito europeo, y Galicia y Hubs peninsulares en el nacional.

De acuerdo con lo dispuesto en el art. 100.2 de la LCSP se fija como presupuesto base de licitación para el primer año y para el conjunto de lotes, la cantidad de TRES MILLONES DE EUROS (3.00.000,00 €), IVA incluido.

La elaboración del presupuesto base de licitación se ha realizado teniendo en cuenta los precios de mercado y nuestra experiencia previa en contrataciones similares.

De acuerdo con lo establecido en el art. 101 de la LCSP, el valor estimado para la contratación es de cinco millones setecientos veintisiete mil doscientos setenta y dos euros con setenta y dos céntimos (5.727.272,72 €) IVA excluido, ya que el contrato puede ser prorrogado por dos años más, lo que añadiendo el IVA al tipo del 21%, supone un gasto total de seis millones novecientos treinta mil euros (6.930.000,00 €) para los tres años de duración del contrato.

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 el perfil del contratante del ITREM ubicado 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 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 cinco millones setecientos veintisiete mil doscientos setenta y dos euros con setenta y dos céntimos (5.727.272,72 €) IVA excluido, lo que al tipo actual del 21% de IVA supondría un total de seis millones novecientos treinta mil euros **(6.930.000,00 €) IVA incluido**, correspondientes a la contratación de campañas de



marketing para el posicionamiento del destino Región de Murcia en diferentes mercados turísticos emisores nacionales y de la unión europea.

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, CULTURA Y DEPORTES



INFORME JURÍDICO

ASUNTO.- Autorizar al Instituto de Turismo de la Región de Murcia la realización del gasto por importe máximo de 5.727.272,72 € IVA excluido, lo que al tipo actual del 21% de IVA supondría un total de 6.930.000.00 €, IVA incluido, correspondientes a la contratación para el desarrollo de campañas de posicionamiento del destino Región de Murcia en diferentes mercados turísticos emisores nacionales y de la UE.

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 4/2023 de 23 de enero, por el que se establecen los Órganos Directivos de la Consejería de Presidencia, Turismo, Cultura, Juventud, Deportes y Portavocía, este Servicio Jurídico emite el siguiente informe:

Se ha recibido la Propuesta del Director General del Instituto de Turismo de la Región de Murcia (ITREM) de fecha 11/01/2023, para la autorización de gasto por importe de 5.727.272,72 € IVA excluido, lo que al tipo actual del 21% de IVA supondría un total de 6.930.000.00 €, IVA incluido, a dicho Instituto acerca del asunto referenciado.

En virtud del artículo 4 del Decreto del Presidente n.º 2/2023, de 17 de enero, de Reorganización de la Administración Regional, modificado por el Decreto de la Presidencia nº 20/2023, de 20 de enero, la Consejería competente por razón de la materia para la tramitación de este expediente es la Consejería de Presidencia, Turismo, Cultura, Juventud, Deportes y Portavocía, 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, entre otras.

I. ANTECEDENTES

El expediente remitido consta de la siguiente documentación:

- Borrador de Propuesta de elevación al Consejo de Gobierno
- Informe de necesidad de la Directora de la Oficina de Promoción 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, este 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 crean este tipo de organismos públicos.

Competencia



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”*.

No obstante, de acuerdo con lo establecido en el artículo 7 del Decreto 4/2023, de 23 de enero, por el que se establecen los Órganos Directivos de la Consejería de Presidencia, Turismo, Cultura, Juventud, Deportes y Portavocía, la Dirección General de Competitividad y Calidad Turísticas asume, entre otras, la competencia de *“impulso turístico mediante la mejora de la conectividad aérea de la Región de Murcia”*. Es por ello, que con fecha 11 de enero de 2023 se ha publicado en el BORM el *“Acuerdo de encomienda de gestión entre la Consejería de Presidencia, Turismo, Cultura y Deportes y el Instituto de Turismo de la Región de Murcia para la realización de actuaciones en materia de impulso turístico mediante la mejora de la conectividad aérea de la Región de Murcia”*, en el que se dispone lo siguiente:

“(…)

Primero.- *El Consejero de Presidencia, Turismo, Cultura y Deportes y el Director del Instituto de Turismo, ambos de la Región de Murcia, en el marco de lo dispuesto en el artículo 11 de la Ley 40/2015, de 1 de octubre, de Régimen Jurídico del Sector Público, acuerdan que por el Instituto de Turismo de la Región de Murcia se lleven a cabo cuantas actuaciones materiales y técnicas sean necesarias y requeridas por la Consejería de Presidencia, Turismo, Cultura y Deportes para la realización del impulso turístico mediante la mejora de la conectividad aérea de la Región de Murcia.*

Segundo.- *La presente encomienda de gestión no supone cesión de la titularidad de la competencia ni de los elementos sustantivos de su ejercicio, siendo responsabilidad del órgano encomendante dictar cuantos actos o resoluciones de carácter jurídico den soporte o en los que se integre la concreta actividad material objeto de encomienda.”*

Adscripción.

El Decreto del Presidente nº 2/2023, de 17 de enero, de Reorganización de la Administración Regional, modificado por el Decreto de la Presidencia nº 20/2023, de



20 de enero, regula en su artículo cuarto las competencias de la Consejería de Presidencia, Turismo, Cultura y Deportes, estableciendo en su último párrafo que *“Quedan adscritos a esta Consejería el Organismo Autónomo Boletín Oficial de la Región de Murcia y las Entidades Públicas Empresariales Instituto de Turismo de la Región de Murcia y el Instituto de las Industrias Culturales y de las Artes 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 5.727.272,72 € IVA excluido, lo que al tipo actual del 21% de IVA supondría un total de 6.930.000,00 €, IVA incluido, correspondientes a la contratación de servicios para el desarrollo de campañas de posicionamiento del destino Región de Murcia en diferentes mercados turísticos emisores nacionales y de la UE, que tendrá una duración inicial de 12 meses con posibilidad de prórroga por un período de 2 años más, con cargo al presupuesto para los ejercicios 2023, 2024, 2025, 2026.

Según establece el Informe de necesidad, de fecha 10 de enero de 2023 de la Directora de la Oficina de Promoción del ITREM:

“(…)

Por tanto, la estrategia del Instituto de Turismo de la Región de Murcia para el año 2023 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 la selección de los mercados objetivo de este contrato se han tenido en cuenta características tales como su localización, su área de influencia, la población y la potencialidad de conexiones con los mismos, sin olvidar el que sean zonas que puedan emitir flujos de turistas fuera de la temporada alta de la Región de Murcia, desestacionalizando el destino, principalmente debido al buen clima que tiene la Región de Murcia durante todo el año, que le permite ser uno de los principales reclamos para turistas procedentes de zonas más frías.

Además, dentro del ámbito de los mercados emisores de media distancia se persigue también el que mediante campañas de posicionamiento del destino como la objeto de este contrato, no solo sea objeto la captación del interés de los consumidores de



dichos mercados en elegir la Región de Murcia como su destino de vacaciones, sino que además, mediante la búsqueda de los medios de transporte necesarios para alcanzar el destino, el aumento de esta demanda pueda derivar en el interés por parte de líneas de transportes, principalmente aéreas para la mejora, ampliación o establecimiento de conexiones entre dichos mercados y la Región de Murcia.

En el caso concreto del transporte aéreo, se consideran de alto interés aquellas ciudades del territorio nacional peninsular que cuenten con hubs aéreos, dado que no suponen competencia directa de la Región de Murcia como los hubs insulares. Se entiende como hub un aeropuerto que es un centro de conexiones entre rutas, y que por tanto cuenta con un gran número de vuelos de salida y entrada junto con horarios de aerolíneas bien sincronizados. De ahí que la captación del interés entre los usuarios de un aeropuerto hub y por tanto la demanda por parte de éstos de conectividades con la Región de Murcia, convertiría esas conectividades en una puerta de entrada a aquellos destinos, tanto nacionales como de toda Europa, con los que no se cuente con conexiones directas aumentando así la competitividad turística de la Región de Murcia.

Por tanto y establecidas todas las variantes anteriormente mencionadas, el ITREM considera de interés la realización de campañas específicas de marketing para el posicionamiento del destino Región de Murcia entre los potenciales clientes de mercados tales como Italia y Francia en el ámbito europeo, y Galicia y Hubs peninsulares en el nacional.

En cuanto a los soportes publicitarios, se utilizará el mix de medios más adecuado para cada mercado, incluyendo tanto medios offline (medios impresos, radio, publicidad exterior, tarjetas de embarque, etc.), como online (banners display, redes sociales, branded content, banners app, creadores de contenido, entretenimiento a bordo, etc.), siendo los soportes indicados meramente a título enunciativo, pero no limitativo. En cuanto al reparto de la inversión, no se podrá destinar más del 50% del coste total de las acciones propuestas a medios propiedad de la empresa adjudicataria.

Dado que el ITREM no dispone de medios propios para llevar a cabo directamente campañas de marketing de tales características, se considera apropiado convocar un procedimiento abierto por lotes para la contratación de un servicio de campañas de



marketing para promocionar el destino Región de Murcia en los mercados anteriormente mencionados, en los cuales o ya hay conectividades o existen compañías que piensan establecerlas próximamente.

De acuerdo con lo dispuesto en el art. 100.2 de la LCSP se fija como presupuesto base de licitación para el primer año y para el conjunto de lotes, la cantidad de TRES MILLONES DE EUROS (3.000.000,00 €), IVA incluido.

De acuerdo con lo establecido en el art. 101 de la LCSP, el valor estimado para la contratación es de cinco millones setecientos veintisiete mil doscientos setenta y dos euros con setenta y dos céntimos (5.727.272,72 €) IVA excluido, incluyendo las posibles prórrogas del contrato.

El importe correspondiente al plazo de ejecución inicial de un año, asciende a dos millones cuatrocientos setenta y nueve mil trescientos treinta y ocho euros con ochenta y cuatro céntimos (2.479.338,84 €) IVA excluido, a lo que hay que sumar la prórroga prevista hasta un máximo de dos años, a razón de un millón ochocientos ochenta y cuatro mil doscientos noventa y siete euros con cincuenta y dos céntimos, (1.884.297,52€) IVA excluido para el primer año y un millón trescientos sesenta y tres mil seiscientos treinta y seis euros con treinta y seis céntimos (1.363.636,36 €) IVA excluido para el segundo año de prórroga.

Lo que añadiendo el IVA al tipo del 21%, supone un gasto total de seis millones novecientos treinta mil euros (6.930.000,00 €) para los tres años de duración del contrato, incluidas las posibles prórrogas.

Por todo lo expuesto la directora de la Oficina de Promoción emite el presente informe de necesidad e idoneidad, así como de estimación del valor de la contratación.”

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, 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 para la realización del gasto por importe máximo de 5.727.272,72 € IVA excluido, lo que al tipo actual del 21% de IVA supondría un total de 6.930.000,00 €, IVA incluido, correspondientes a la contratación de servicios para el desarrollo de campañas de posicionamiento del destino Región de Murcia en diferentes mercados turísticos emisores nacionales y de la UE.

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

(Documento con fecha y firma electrónica al margen)

VºBº

LA JEFA DE SERVICIO JURÍDICO

Esther García Losilla

LA TÉCNICO SUPERIOR

Amparo González Rodríguez



AL CONSEJO DE GOBIERNO

El Instituto de Turismo de la Región de Murcia es una entidad pública empresarial dependiente de la Consejería de Presidencia, Turismo, Cultura, Juventud, Deportes y Portavocía, cuyos fines generales son de la ordenación, planificación, programación, dirección y coordinación de las competencias en materia de turismo de la Región de Murcia.

La estrategia del Instituto de Turismo de la Región de Murcia para el año 2023 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 la selección de los mercados objetivo de este contrato se han tenido en cuenta características tales como su localización, su área de influencia, la población y la potencialidad de conexiones con los mismos, sin olvidar el que sean zonas que puedan emitir flujos de turistas fuera de la temporada alta de la Región de Murcia, desestacionalizando el destino, principalmente debido al buen clima que tiene la Región de Murcia durante todo el año, que le permite ser uno de los principales reclamos para turistas procedentes de zonas más frías. Además, dentro del ámbito de los mercados emisores de media distancia se persigue también el que mediante campañas de posicionamiento del destino como la objeto de este contrato, no solo sea objeto la captación del interés de los consumidores de dichos mercados en elegir la Región de Murcia como su destino de vacaciones, sino que además, mediante la búsqueda de los medios de transporte necesarios para alcanzar el destino, el aumento de esta demanda pueda derivar en el interés por parte de líneas de transportes, principalmente aéreas para la mejora, ampliación o establecimiento de conexiones entre dichos mercados y la Región de Murcia.

En el caso concreto del transporte aéreo, se consideran de alto interés aquellas ciudades del territorio nacional peninsular que cuenten con hubs aéreos, dado que no suponen competencia directa de la Región de Murcia como los hubs insulares. Se entiende como hub un aeropuerto que es un centro de conexiones entre rutas, y que por tanto cuenta con un gran número de vuelos de salida y entrada junto con horarios de aerolíneas bien sincronizados. De ahí que la captación del interés entre los usuarios de un aeropuerto hub y por tanto la demanda por parte de éstos de conectividades con la Región de Murcia, convertiría esas conectividades en una puerta de entrada a aquellos destinos, tanto nacionales como de toda Europa, con los que no se cuente con conexiones directas aumentando así la competitividad turística de la Región de Murcia.

Por tanto y establecidas todas las variantes anteriormente mencionadas, el ITREM considera de interés la realización de campañas específicas de marketing para el posicionamiento del destino Región de Murcia entre los potenciales clientes de mercados tales como Italia y Francia en el ámbito europeo, y Galicia y Hubs peninsulares en el nacional.



El presupuesto base de licitación para la contratación de dicho servicio, que tendrá una duración de un año es de TRES MILLONES DE EUROS (3.000.000,00 €), IVA incluido.

El valor estimado del contrato, conforme a lo establecido en el artículo 101 de la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público (en adelante LCSP), asciende a un total de cinco millones setecientos veintisiete mil doscientos setenta y dos euros con setenta y dos céntimos (5.727.272,72 €) IVA excluido, ya que el contrato puede ser prorrogado por dos años más

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, a fin de que, si lo estima conveniente, adopte el siguiente

A C U E R D O

ÚNICO.- Autorizar la realización del gasto al Instituto de Turismo de la Región de Murcia por importe máximo de cinco millones setecientos veintisiete mil doscientos setenta y dos euros con setenta y dos céntimos (5.727.272,72 €) IVA excluido, lo que al tipo actual del 21% de IVA supondría un total de seis millones novecientos treinta mil euros (6.930.000,00 €) IVA incluido, correspondientes a la contratación de campañas de marketing para el posicionamiento del destino Región de Murcia en diferentes mercados turísticos emisores nacionales y de la Unión Europea.

Cartagena, a fecha de la firma electrónica.

**EL CONSEJERO DE PRESIDENCIA, TURISMO, CULTURA, JUVENTUD,
DEPORTES Y PORTAVOCÍA**

Marcos Ortuño Soto

**Región de Murcia**

Consejería de Presidencia,
Turismo, Cultura, Juventud, Deportes y Portavocía

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 veintiséis de enero de dos mil veintitrés, a propuesta del Consejero de Presidencia, Turismo, Cultura, Juventud, Deportes y Portavocía, el Consejo de Gobierno autoriza la realización del gasto al Instituto de Turismo de la Región de Murcia por importe máximo de cinco millones setecientos veintisiete mil doscientos setenta y dos euros con setenta y dos céntimos (5.727.272,72 €) IVA excluido, lo que al tipo actual del 21% de IVA supondría un total de seis millones novecientos treinta mil euros (6.930.000,00 €) IVA incluido, correspondientes a la contratación de campañas de marketing para el posicionamiento del destino Región de Murcia en diferentes mercados turísticos emisores nacionales y de la Unión Europea.

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.

26/01/2023 17:08:15

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)