



EXTRACTO DE DOCUMENTOS CONTENIDOS EN EL EXPEDIENTE RELATIVO A:

CONSEJO DE GOBIERNO: SESIÓN DE 09/03/2023

CONSEJERÍA DE PRESIDENCIA, TURISMO, CULTURA, JUVENTUD, DEPORTES Y PORTAVOCIA

PUNTO DEL ORDEN DEL DÍA: **2.3**

ASUNTO:

AUTORIZACIÓN DE GASTO AL INSTITUTO DE TURISMO DE LA REGIÓN DE MURCIA POR IMPORTE DE 733.260,00 € IVA INCLUIDO, CORRESPONDIENTE A LA CONTRATACIÓN DE UN SERVICIO DE GESTIÓN INTEGRAL DE LAS REDES SOCIALES DE LA REGIÓN DE MURCIA COMO DESTINO TURÍSTICO.

Orden	Nombre del documento	Tipo de acceso (total / parcial / reservado)	Motivación del acceso parcial o reservado
01.	Informe de Necesidad Jefe Oficina Turística y Marketing	TOTAL	
02.	Propuesta 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**

*(Documento firmado electrónicamente al margen)*



## INFORME DE NECESIDAD E IDONEIDAD PARA LA CONTRATACIÓN DE UN SERVICIO CONSISTENTE EN LA GESTIÓN INTEGRAL DE LAS REDES SOCIALES DE LA REGIÓN DE MURCIA COMO DESTINO TURÍSTICO

La **Oficina de Marketing y Comunicación** del Instituto de Turismo de la Región de Murcia tiene entre sus competencias la gestión de todas aquellas acciones relacionadas con la publicidad, la comunicación y la imagen turística de la Región de Murcia en materia de Turismo. Dentro de sus **objetivos** destacan los siguientes:

- Posicionar y mejorar la notoriedad de la imagen de la Región de Murcia como destino turístico atractivo a nivel regional, nacional e internacional.
- Incrementar el conocimiento de la marca turística regional y posicionarla con sus productos diferenciadores según mercados.
- Gestión de la comunicación con el fin de aumentar el conocimiento de la Región de Murcia como destino turístico y dar a conocer las acciones que desarrolla el ITREM ante la opinión pública y los medios de comunicación.
- Sensibilizar a los habitantes de la Región de Murcia de la importancia del turismo en base a los efectos beneficiosos que produce, tanto económicos como sociales.

El **Plan Estratégico de Turismo de la Región de Murcia 2022-2032** establece en su **Eje de Actuación número 2**, la '**Mejora del posicionamiento de la Región de Murcia**' y de los productos turísticos regionales en la percepción tanto del cliente final como del profesional, para convertirse en un destino multiproducto y multiexperiencial los 365 días del año. Por otra parte, en su **Eje 3**, '**Reinvención de los Productos Turísticos. Experiencias**', y más concretamente en su **Línea 3**, '**Internacionalización y Diversificación de Mercados**', se establece la necesidad de seguir difundiendo la imagen de la Región de Murcia en los mercados de proximidad y consolidados, así como en los mercados tradicionales con nichos de crecimiento.

En el marco de actuación del previamente mencionado Eje 2, la **Línea 2** denominada '**Estrategia de Comunicación Futura**', pone de manifiesto la necesidad de adaptar las formas de difundir la imagen de marca y de comunicar de los distintos agentes turísticos, teniendo en cuenta las nuevas demandas de producto, las nuevas fórmulas de comercialización, las nuevas tipologías de clientes y los nuevos competidores. Y en la consecución de este objetivo, juegan un papel fundamental las redes sociales.

Internet y el aumento del uso de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación por parte de los turistas suponen la necesidad de cambios en el modelo de comunicación y promoción. La tendencia apunta a un consumo creciente de medios digitales, con un fuerte incremento y liderazgo de las redes sociales y páginas de opinión.

En este sentido, y de cara al cumplimiento de los objetivos establecidos en el plan estratégico turístico regional, la Oficina de Marketing y Comunicación cuenta con una



**estrategia de marketing digital para optimizar el posicionamiento online de la Región de Murcia como destino turístico**, tanto en el ámbito regional, nacional como internacional. Dentro del mismo, se han marcado los siguientes retos para los próximos años:

- Mejorar el posicionamiento de la Región de Murcia como destino turístico en el entorno digital.
- Construir una imagen de marca más joven y dinámica.
- Aumentar la visibilidad de los diferentes segmentos de la oferta turística de la Región de Murcia como destino 'multiexperiencial'.
- Mayor diversificación y presencia digital en los mercados internacionales.
- Incrementar el tráfico a la web turística mediante las redes sociales.

En base a lo que se acaba de mencionar, y con el fin de que la Oficina de Marketing y Comunicación logre con eficiencia sus objetivos, los cuales han sido previamente descritos, se considera necesaria la implementación de **un plan integral con el que gestionar la presencia de las redes sociales de la Región de Murcia como destino turístico**.

Para poder ejecutar dicho plan, se estima la contratación de un servicio para el cual la Oficina de Marketing y Comunicación ha establecido un presupuesto base de licitación por un periodo de 12 meses de ejecución de 244.420 € IVA incluido, que se desglosa de la siguiente manera: 202.000 € de base imponible y 42.420 € correspondiente al 21% IVA.

De acuerdo con lo dispuesto en el art.101.2 de la Ley 9/2017 de contratos del sector público (LCSP) y teniendo en cuenta dos posibles prórrogas de 12 meses cada una, el valor estimado para esta contratación es de 606.000 € IVA excluido.

Para calcular estas cantidades, se ha tenido en cuenta el precio de mercado actual y la experiencia del ITREM en contrataciones previas de similares características. También se han tenido en cuenta los costes mensuales de planificación, ejecución y realización de informes justificativos, así como la inversión necesaria para realizar campañas publicitarias en redes sociales, persiguiendo diferentes objetivos.

Por todo ello, se estima oportuno proponer la contratación de un servicio consistente en la gestión integral de las redes sociales de la Región de Murcia como destino turístico.

En Murcia, a fecha de la firma electrónica.

Fdo.  
Jefe Oficina de Marketing y Comunicación  
Instituto de Turismo de la Región de Murcia.



**PROPUESTA DE AUTORIZACIÓN AL CONSEJERO DE PRESIDENCIA, TURISMO, CULTURA, JUVENTUD, DEPORTES Y PORTAVOCÍA DE LA REALIZACIÓN DEL GASTO CORRESPONDIENTE PARA LA CONTRATACIÓN DE UN SERVICIO DE GESTIÓN INTEGRAL DE LAS REDES SOCIALES DE LA REGIÓN DE MURCIA COMO DESTINO TURÍSTICO.**

**PRIMERO.** - El Instituto de Turismo de la Región de Murcia 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, Cultura, Juventud, Deportes y Portavocía 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.

**SEGUNDO.** – El Plan Estratégico de Turismo de la Región de Murcia 2022-2032 establece en su Eje de Actuación número 2, la 'Mejora del posicionamiento de la Región de Murcia' y de los productos turísticos regionales en la percepción tanto del cliente final como del profesional, para convertirse en un destino multiproducto y multiexperiencial los 365 días del año. Por otra parte, en su Eje 3, 'Reinvención de los Productos Turísticos. Experiencias', y más concretamente en su Línea 3, 'Internacionalización y Diversificación de Mercados', se establece la necesidad de seguir difundiendo la imagen de la Región de Murcia en los mercados de proximidad y consolidados, así como en los mercados tradicionales con nichos de crecimiento.

En el marco de actuación del previamente mencionado Eje 2, la Línea 2 denominada 'Estrategia de Comunicación Futura', pone de manifiesto la necesidad de adaptar las formas de difundir la imagen de marca y de comunicar de los distintos agentes turísticos, teniendo en cuenta las nuevas demandas de producto, las nuevas fórmulas de comercialización, las nuevas tipologías de clientes y los nuevos competidores. Y en la consecución de este objetivo, juegan un papel fundamental las redes sociales.

De cara al cumplimiento de los objetivos establecidos en el plan estratégico turístico regional, la Oficina de Marketing y Comunicación del ITREM cuenta con una estrategia de marketing digital para optimizar el posicionamiento online de la Región de Murcia como destino turístico, tanto en el ámbito regional, nacional como internacional.

Dentro del mismo, se han marcado los siguientes retos para los próximos años:

- Mejorar el posicionamiento de la Región de Murcia como destino turístico en el entorno digital.
- Construir una imagen de marca más joven y dinámica.
- Aumentar la visibilidad de los diferentes segmentos de la oferta turística de la Región de Murcia como destino 'multiexperiencial'.
- Mayor diversificación y presencia digital en los mercados internacionales.
- Incrementar el tráfico a la web turística mediante las redes sociales

De este modo, se considera necesario realizar la contratación de un servicio para la gestión integral de las redes sociales de la Región de Murcia como destino turístico.

Se establece como presupuesto base de licitación para un periodo de doce meses la cantidad de 244.420,00 € IVA incluido que se desglosa de la siguiente manera: 202.000,00 € de base imponible y 42.420,00 € correspondiente al 21% IVA.



De acuerdo con lo dispuesto en el art.101.2 de la Ley 9/2017 de contratos del sector público (LCSP) y teniendo en cuenta dos posibles prórrogas de 12 meses cada una, el valor estimado para esta contratación es de 606.000,00 € IVA excluido, lo que al tipo actual del 21% de IVA hace un total de 733.260,00 € IVA incluido.

CUANTÍA DEL GASTO: 733.260,00 € IVA incluido.

PARTIDA PRESUPUESTARIA: RC1563/23

DURACIÓN: Ejercicio 2023/2024/2025/2026

**TERCERO.-** 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, Cultura, Juventud, Deportes y Portavocía, la elevación a Consejo de Gobierno de la siguiente propuesta de,

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

Autorizar el gasto al Instituto de Turismo de la Región de Murcia en la cuantía de 733.260,00 € IVA incluido, con carácter previo correspondiente a la contratación de un servicio para la gestión integral de las redes sociales de la Región de Murcia como destino turístico.

Murcia, a fecha de la firma electrónica.

EL DIRECTOR GENERAL DEL  
INSTITUTO DE TURISMO DE LA REGIÓN DE MURCIA

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



## INFORME JURÍDICO

**ASUNTO** – Autorizar al Instituto de Turismo de la Región de Murcia la realización del gasto por importe máximo de 606.000,00 € IVA excluido, lo que al tipo actual del 21% de IVA hace un total de 733.260,00 € IVA incluido, correspondientes a la contratación de un servicio de gestión integral de las redes sociales de la Región de Murcia como destino turístico.

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 21/02/2023, para la autorización de gasto por importe de 606.000,00 € IVA excluido, lo que al tipo actual del 21% de IVA hace un total de 733.260,00 € 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 n.º. 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:

- Propuesta de elevación al Consejo de Gobierno.



- Propuesta del Director General del Instituto de Turismo de la Región de Murcia.
- Informe de necesidad de la Directora de la Oficina de Promoción del ITREM.
- 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, éste 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”*.

## Adscripción.

El Decreto del Presidente n.º 2/2023, de 17 de enero, de reorganización de la Administración Regional, modificado por el Decreto nº. 20/2023, de 20 de enero, regula en su artículo cuarto las competencias de la Consejería de Presidencia, Turismo, Cultura, Juventud, Deportes y Portavocía, estableciendo en su penúltimo 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 606.000,00 € IVA excluido, lo que al tipo actual del 21% de IVA hace un total de 733.260,00 € IVA incluido, correspondientes a la contratación de un servicio de gestión integral de las redes sociales de la Región de Murcia como destino turístico 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 24 de febrero de 2023 de la Jefa de la Oficina de Marketing y Comunicación del ITREM:

“(…)

*El Plan Estratégico de Turismo de la Región de Murcia 2022-2032 establece en su Eje de Actuación número 2, la 'Mejora del posicionamiento de la Región de Murcia' y de los productos turísticos regionales en la percepción tanto del cliente final como del profesional, para convertirse en un destino multiproducto y multiexperiencial los 365 días*



*del año. Por otra parte, en su Eje 3, 'Reinvención de los Productos Turísticos. Experiencias', y más concretamente en su Línea 3, 'Internacionalización y Diversificación de Mercados', se establece la necesidad de seguir difundiendo la imagen de la Región de Murcia en los mercados de proximidad y consolidados, así como en los mercados tradicionales con nichos de crecimiento.*

*En el marco de actuación del previamente mencionado Eje 2, la Línea 2 denominada 'Estrategia de Comunicación Futura', pone de manifiesto la necesidad de adaptar las formas de difundir la imagen de marca y de comunicar de los distintos agentes turísticos, teniendo en cuenta las nuevas demandas de producto, las nuevas fórmulas de comercialización, las nuevas tipologías de clientes y los nuevos competidores. Y en la consecución de este objetivo, juegan un papel fundamental las redes sociales.*

*Internet y el aumento del uso de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación por parte de los turistas suponen la necesidad de cambios en el modelo de comunicación y promoción. La tendencia apunta a un consumo creciente de medios digitales, con un fuerte incremento y liderazgo de las redes sociales y páginas de opinión.*

*En este sentido, y de cara al cumplimiento de los objetivos establecidos en el plan estratégico turístico regional, la Oficina de Marketing y Comunicación cuenta con una estrategia de marketing digital para optimizar el posicionamiento online de la Región de Murcia como destino turístico, tanto en el ámbito regional, nacional como internacional. Dentro del mismo, se han marcado los siguientes retos para los próximos años:*

- Mejorar el posicionamiento de la Región de Murcia como destino turístico en el entorno digital.*
- Construir una imagen de marca más joven y dinámica.*
- Aumentar la visibilidad de los diferentes segmentos de la oferta turística de la Región de Murcia como destino 'multiexperiencial'.*
- Mayor diversificación y presencia digital en los mercados internacionales.*
- Incrementar el tráfico a la web turística mediante las redes sociales.*

*En base a lo que se acaba de mencionar, y con el fin de que la Oficina de Marketing y Comunicación logre con eficiencia sus objetivos, los cuales han sido previamente*



descritos, se considera necesaria la implementación de un **plan integral con el que gestionar la presencia de las redes sociales de la Región de Murcia como destino turístico.**

Para poder ejecutar dicho plan, se estima la contratación de un servicio para el cual la Oficina de Marketing y Comunicación ha establecido un presupuesto base de licitación por un periodo de 12 meses de ejecución de 244.420 € IVA incluido, que se desglosa de la siguiente manera: 202.000 € de base imponible y 42.420 € correspondiente al 21% IVA.

De acuerdo con lo dispuesto en el art.101.2 de la Ley 9/2017 de contratos del sector público (LCSP) y teniendo en cuenta dos posibles prórrogas de 12 meses cada una, el valor estimado para esta contratación es de 606.000 € IVA excluido.

Para calcular estas cantidades, se ha tenido en cuenta el precio de mercado actual y la experiencia del ITREM en contrataciones previas de similares características. También se han tenido en cuenta los costes mensuales de planificación, ejecución y realización de informes justificativos, así como la inversión necesaria para realizar campañas publicitarias en redes sociales, persiguiendo diferentes objetivos.

Por todo ello, se estima oportuno proponer la contratación de un servicio consistente en la gestión integral de las redes sociales de la Región de Murcia como destino turístico”.

#### **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 606.000,00 € IVA excluido, lo que al tipo actual del 21% de IVA hace un total de 733.260,00 € IVA incluido, correspondientes a la contratación de un servicio de gestión integral de las redes sociales de la Región de Murcia como destino turístico.

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

(Documento con fecha y firma electrónica al margen)

VºBº

LA JEFA DE SERVICIO JURÍDICO

LA JEFA DE SERVICIO



## AL CONSEJO DE GOBIERNO

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.

El Plan Estratégico de Turismo de la Región de Murcia 2022-2032 establece en su Eje de Actuación número 2, la 'Mejora del posicionamiento de la Región de Murcia' y de los productos turísticos regionales en la percepción tanto del cliente final como del profesional, para convertirse en un destino multiproducto y multiexperiencial los 365 días del año. Por otra parte, en su Eje 3, 'Reinvención de los Productos Turísticos. Experiencias', y más concretamente en su Línea 3, 'Internacionalización y Diversificación de Mercados', se establece la necesidad de seguir difundiendo la imagen de la Región de Murcia en los mercados de proximidad y consolidados, así como en los mercados tradicionales con nichos de crecimiento.

En el marco de actuación del previamente mencionado Eje 2, la Línea 2 denominada 'Estrategia de Comunicación Futura', pone de manifiesto la necesidad de adaptar las formas de difundir la imagen de marca y de comunicar de los distintos agentes turísticos, teniendo en cuenta las nuevas demandas de producto, las nuevas fórmulas de comercialización, las nuevas tipologías de clientes y los nuevos competidores. Y en la consecución de este objetivo, juegan un papel fundamental las redes sociales.

De cara al cumplimiento de los objetivos establecidos en el plan estratégico turístico regional, la Oficina de Marketing y Comunicación del ITREM cuenta con una estrategia de marketing digital para optimizar el posicionamiento online de la Región de Murcia como destino turístico, tanto en el ámbito regional, nacional como internacional.

Dentro del mismo, se han marcado los siguientes retos para los próximos años:

- Mejorar el posicionamiento de la Región de Murcia como destino turístico en el entorno digital.
- Construir una imagen de marca más joven y dinámica.
- Aumentar la visibilidad de los diferentes segmentos de la oferta turística de la Región de Murcia como destino 'multiexperiencial'.
- Mayor diversificación y presencia digital en los mercados internacionales.
- Incrementar el tráfico a la web turística mediante las redes sociales

De este modo, se considera necesario realizar la contratación de un servicio para la gestión integral de las redes sociales de la Región de Murcia como destino turístico.

De acuerdo con lo dispuesto en el art. 100.2 de la LCSP, para la contratación de este servicio que tendrá una duración inicial de un año a contar desde la fecha de formalización del contrato, se estima un presupuesto base de licitación de 244.420,00 € IVA incluido.

A los efectos de lo previsto en el artículo 101 LCSP y en relación con el cálculo del valor estimado del contrato, el ITREM ha estimado este en 606.000,00 € IVA excluido lo que al tipo actual del 21% de IVA hace un total de 733.260,00 € IVA incluido, ya que se prevé que el contrato pueda ser prorrogado por dos años más.

Visto lo anterior y de conformidad con lo 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 733.260,00 € IVA incluido, correspondiente a la contratación de un servicio de gestión integral de las redes sociales de la Región de Murcia como destino turístico.

Murcia, 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 nueve de marzo de dos mil veintitrés, a propuesta del Consejero de Presidencia, Turismo, Cultura, Juventud, Deportes y Portavocía, el Consejo de Gobierno autoriza el gasto al Instituto de Turismo de la Región de Murcia por importe de 733.260,00 € IVA incluido, correspondiente a la contratación de un servicio de gestión integral de las redes sociales de la Región de Murcia como destino turístico.

**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.**

09/03/2023 13:40:33

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 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