



EXTRACTO DE DOCUMENTOS CONTENIDOS EN EL EXPEDIENTE RELATIVO A:

CONSEJO DE GOBIERNO: SESION DE **12/09/2024**

CONSEJERIA DE TURISMO, CULTURA JUVENTUD Y DEPORTES

PUNTO DEL ORDEN DEL DÍA: **7.2**

ASUNTO:

AUTORIZACIÓN DEL GASTO AL INSTITUTO DE TURISMO DE LA REGIÓN DE MURCIA, CON CARÁCTER PREVIO, CORRESPONDIENTE A LA CONTRATACIÓN DE UN SERVICIO DE MARKETING PARA EL POSICIONAMIENTO DEL DESTINO REGIÓN DE MURCIA EN TENERIFE

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	TOTAL	
02.	Propuesta del Director General del ITREM	TOTAL	
03.	Informe Jurídico	TOTAL	
04.	Propuesta de elevación al 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 Directora de la Unidad de Coordinación y Servicios

(Documento firmado electrónicamente al margen)



INFORME DE NECESIDAD PARA LA CONTRATACIÓN DE UN SERVICIO DE MARKETING PARA EL POSICIONAMIENTO DEL DESTINO REGIÓN DE MURCIA EN TENERIFE.

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 Costa Cálida-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 los próximos años establece como principales retos continuar con la recuperación de la demanda turística nacional e internacional y posicionar 'Región de Murcia - Costa Cálida' como un destino de vacaciones, tanto de cara a la temporada estival como al resto del año.

Por otra parte, dicha planificación estratégica prevé la puesta en marcha de políticas de diversificación de mercados emisores y proveedores turísticos, con presencia en la Región de Murcia.

Para la elección del mercado Tenerife, se ha tenido en cuenta su localización geográfica, la población y la potencialidad de conexiones, sin olvidar el que sea una zona que pueda emitir flujos de turistas fuera de la temporada alta de la Región de Murcia, desestacionalizando el destino. Para los residentes en Canarias la región constituye un destino atractivo para viajar todo el año, debido a las temperaturas siempre más suaves que el resto de la península en la temporada de invierno.

En base a lo anteriormente expuesto, el ITREM considera de interés la realización de campañas de marketing, para el posicionamiento del destino Región de Murcia entre los potenciales clientes de Tenerife.



Para el desarrollo de las campañas, es necesaria una estrategia de publicidad y marketing enfocada a aquellos soportes y medios más efectivos para conseguir optimizar los recursos, así como seleccionar aquellos que resulten más adecuados conforme al target y los objetivos de comunicación.

En cuanto a los soportes publicitarios, se utilizará el mix de medios más adecuado para el mercado, incluyendo tanto medios offline (medios impresos, radio, publicidad exterior, tarjetas de embarque, etc.), como online (banners, redes sociales, branded content, banners, creadores de contenido, entretenimiento a bordo, etc.), siendo los soportes indicados meramente a título enunciativo, pero no limitativo. El 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, para la contratación de un servicio de marketing para el posicionamiento del destino Región de Murcia en Tenerife, donde o ya hay conectividad prevista o existe un interés por parte de distintas compañías aéreas en establecerlas próximamente.

De acuerdo con lo dispuesto en el art. 100.2 de la LCSP se fija como presupuesto base de licitación para un año (12 meses), la cantidad de CIENTO CINCUENTA Y SIETE MIL TRESCIENTOS EUROS (157.300,00 €), IVA incluido.

Según lo establecido en el art. 101 de la LCSP, el valor estimado del contrato es de CUATROCIENTOS TREINTA MIL EUROS (430.000,00 €) IVA excluido, incluyendo las posibles prórrogas del contrato.

El importe correspondiente al plazo de ejecución inicial de un año asciende a ciento treinta mil euros (130.000,00 €) IVA excluido, a lo que hay que sumar las prórrogas previstas hasta un máximo de tres años, a razón de ciento quince mil euros (115.000,00 €) IVA excluido para el primer año de prórroga (12 meses), cien mil euros (100.000,00 €) IVA excluido para el segundo año de prórroga (12 meses) y ochenta y cinco mil euros (85.000,00 €) IVA excluido para el tercer año de prórroga (12 meses).

Lo que añadiendo el IVA al tipo del 21%, supone un gasto total de quinientos veinte mil trescientos euros (520.300,00 €) para los cuatro 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.

Directora Oficina de Promoción
Instituto de Turismo de la Región de Murcia



PROPUESTA DE AUTORIZACIÓN DE LA REALIZACIÓN DEL GASTO POR EL CONSEJO DE GOBIERNO DE LA COMUNIDAD AUTÓNOMA DE LA REGIÓN DE MURCIA AL INSTITUTO DE TURISMO DE LA REGIÓN DE MURCIA PARA LA REALIZACIÓN DEL GASTO CORRESPONDIENTE PARA LA CONTRATACIÓN DE UN SERVICIO DE MARKETING PARA EL POSICIONAMIENTO DEL DESTINO REGIÓN DE MURCIA EN TENERIFE.

PRIMERO.- 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.

SEGUNDO.- El artículo 34.1 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 que *“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 adscritas, 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.”*

TERCERO.- 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 Costa Cálida-Región de Murcia como destino vacacional y aumentar el flujo de turistas que nos visitan.

Por tanto, la estrategia del Instituto de Turismo de la Región de Murcia para los próximos años establece como principales retos continuar con la recuperación de la demanda turística nacional e internacional y posicionar ‘Región de Murcia - Costa Cálida’ como un destino de vacaciones, tanto de cara a la temporada estival como al resto del año.

Para la elección del mercado Tenerife, se ha tenido en cuenta su localización geográfica, la población y la potencialidad de conexiones, sin olvidar el que sea una zona que pueda emitir flujos de turistas fuera de la temporada alta de la Región de Murcia, desestacionalizando el destino. Para los residentes en Canarias la región constituye un destino atractivo para viajar todo el año, debido a las temperaturas siempre más suaves que el resto de la península en la temporada de invierno.

En base a lo anteriormente expuesto, el ITREM considera de interés la realización de campañas de marketing, para el posicionamiento del destino Región de Murcia entre los potenciales clientes de Tenerife.



A efecto de la valoración económica del contrato, se adjunta al presente un informe de valoración de campaña de marketing elaborado por la Oficina de Promoción del ITREM, pudiendo fijarse el presupuesto base de licitación para un año, la cantidad de ciento cincuenta y siete mil trescientos euros (157.300,00 €), IVA incluido y el valor estimado del contrato es de cuatrocientos treinta mil euros (430.000,00 €) IVA excluido, ya que el contrato podría ser prorrogado hasta un máximo de tres años. Lo que añadiendo el IVA al tipo del 21% supone un gasto total de quinientos veinte mil trescientos euros (520.300,00 €) IVA incluido, para los cuatro años de duración del contrato.

PRESUPUESTO BASE DE LICITACIÓN: 157.300,00 €, IVA incluido.

VALOR ESTIMADO DEL CONTRATO: 520.300,00 €, IVA incluido.

PARTIDA PRESUPUESTARIA: RC1658

DURACIÓN: Ejercicio 2025

POSIBLES PRÓRROGAS: 2026, 2027, 2028

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 a la Consejera de Turismo, Cultura, Juventud y Deportes la elevación a Consejo de Gobierno** de la siguiente propuesta de,

ACUERDO

Autorizar al Instituto de Turismo de la Región de Murcia para la realización del gasto en la cuantía de quinientos veinte mil trescientos euros (520.300,00 €) IVA incluido, con carácter previo correspondiente a la contratación de un servicio de marketing para el posicionamiento del destino Región de Murcia en Tenerife, para los cuatro años de duración máxima.

Murcia, a fecha de la firma electrónica.

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



INFORME JURÍDICO

SOLICITANTE: Instituto de Turismo de la Región de Murcia. (ITREM)

REF: 24AG0164 ACG

ASUNTO: Autorización del gasto al Instituto de Turismo de la Región de Murcia con carácter previo correspondiente a la CONTRATACIÓN DE UN SERVICIO DE MARKETING PARA EL POSICIONAMIENTO DEL DESTINO REGIÓN DE MURCIA EN TENERIFE

En relación con el asunto referenciado, y en virtud del artículo 8 del Decreto del Presidente n.º 19/2024, de 15 de julio, de Reorganización de la Administración Regional, la Consejería de Turismo, Cultura, Juventud y Deportes ejercerá competencias en materia de turismo, y de conformidad con el artículo 7 del Decreto n.º 86/2024, de 13 de junio, por el que se establece la estructura orgánica de la Secretaría General de la Consejería de Turismo, Cultura, Juventud y Deportes, es competente este Servicio Jurídico para emitir este informe, en base a los siguientes,

I. ANTECEDENTES

Se ha recibido en este Servicio Jurídico para informe expediente relativo a la autorización al Instituto de Turismo de la Región de Murcia (ITREM), de la realización del gasto por importe máximo de 430.00,00 € IVA excluido, lo que al tipo actual del 21% de IVA supondría un total de 520.300,00 € IVA incluido, con carácter previo, correspondiente a la contratación de un servicio de marketing para el posicionamiento del destino Región de Murcia en Tenerife.

El expediente remitido consta de la siguiente documentación:

- Borrador de 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 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, 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.

SEGUNDA. Naturaleza y adscripción 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.

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”*.

La Consejería de Turismo, Cultura, Juventud y Deportes, de conformidad con el Decreto del Presidente n.º 19/2024, de 15 de julio, de Reorganización de la Administración Regional, es el departamento de la CARM encargado de la propuesta, desarrollo y ejecución de las directrices generales del Consejo de Gobierno en materia de turismo.

Dichas competencias las ejerce a través de la entidad pública empresarial Instituto de Turismo de la Región de Murcia, en virtud del Decreto n.º 243/2023, de 22 de septiembre, por el que se establecen los Órganos Directivos de la Consejería de Turismo, Cultura, Juventud y Deportes, que adscribe a la misma a la Entidad Pública Empresarial Instituto de Turismo de la Región de Murcia.

TERCERA. Objeto y finalidad



Autorizar la realización del gasto al Instituto de Turismo de la Región de Murcia por importe máximo de 430.00,00 € IVA excluido, lo que al tipo actual del 21% de IVA supondría un total de 520.300,00 € IVA incluido, con carácter previo, correspondiente a la contratación de un servicio de marketing para el posicionamiento del destino Región de Murcia en Tenerife.

Según establece el Informe de necesidad, de fecha 29 de agosto de 2024, de la Directora Oficina de Promoción del ITREM:

“(…)

Por tanto, la estrategia del Instituto de Turismo de la Región de Murcia para los próximos años establece como principales retos continuar con la recuperación de la demanda turística nacional e internacional y posicionar ‘Región de Murcia - Costa Cálida’ como un destino de vacaciones, tanto de cara a la temporada estival como al resto del año.

Por otra parte, dicha planificación estratégica prevé la puesta en marcha de políticas de diversificación de mercados emisores y proveedores turísticos, con presencia en la Región de Murcia.

Para la elección del mercado Tenerife, se ha tenido en cuenta su localización geográfica, la población y la potencialidad de conexiones, sin olvidar el que sea una zona que pueda emitir flujos de turistas fuera de la temporada alta de la Región de Murcia, desestacionalizando el destino. Para los residentes en Canarias la región constituye un destino atractivo para viajar todo el año, debido a las temperaturas siempre más suaves que el resto de la península en la temporada de invierno.

En base a lo anteriormente expuesto, el ITREM considera de interés la realización de campañas de marketing, para el posicionamiento del destino Región de Murcia entre los potenciales clientes de Tenerife.

Para el desarrollo de las campañas, es necesaria una estrategia de publicidad y marketing enfocada a aquellos soportes y medios más efectivos para conseguir optimizar los recursos, así como seleccionar aquellos que resulten más adecuados conforme al target y los objetivos de comunicación.

En cuanto a los soportes publicitarios, se utilizará el mix de medios más adecuado para el mercado, incluyendo tanto medios offline (medios impresos, radio, publicidad exterior, tarjetas de embarque, etc.), como online (banners, redes sociales, branded content, banners, creadores de contenido, entretenimiento a bordo, etc.), siendo los soportes indicados meramente a título enunciativo, pero no limitativo. El 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, para la contratación de un servicio de marketing para el posicionamiento del destino Región de Murcia en Tenerife, donde o ya hay conectividad prevista o existe un interés por parte de distintas compañías aéreas en establecerlas próximamente.

De acuerdo con lo dispuesto en el art. 100.2 de la LCSP se fija como presupuesto base de licitación para un año (12 meses), la cantidad de CIENTO CINCUENTA Y SIETE MIL TRESCIENTOS EUROS (157.300,00 €), IVA incluido.

Según lo establecido en el art. 101 de la LCSP, el valor estimado del contrato es de CUATROCIENTOS TREINTA MIL EUROS (430.000,00 €) IVA excluido, incluyendo las posibles prórrogas del contrato.

El importe correspondiente al plazo de ejecución inicial de un año asciende a ciento treinta mil euros (130.000,00 €) IVA excluido, a lo que hay que sumar las prórrogas previstas hasta un máximo de tres años, a razón de ciento quince mil euros (115.000,00 €) IVA excluido para el primer año de prórroga (12 meses), cien mil euros (100.000,00 €) IVA excluido para el segundo año de prórroga (12 meses) y ochenta y cinco mil euros (85.000,00 €) IVA excluido para el tercer año de prórroga (12 meses).

Lo que añadiendo el IVA al tipo del 21%, supone un gasto total de quinientos veinte mil trescientos euros (520.300,00 €) para los cuatro años de duración del contrato, incluidas las posibles prórrogas. (...)"

CUARTA. Tramitación

- El artículo 34 de la Ley 5/2010, de 27 de diciembre, de medidas extraordinarias para la sostenibilidad de las finanzas públicas establece en sus apartados 1 y 2 que:

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

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

- Asimismo, el artículo 16, apartado 2.c), de la Ley 7/2004, de 28 de diciembre, de organización y régimen jurídico de la Administración Pública de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia, el cual dispone que:



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

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

III. CONCLUSIÓN

En atención a todo lo expuesto, se **informa favorablemente** la propuesta de autorización del gasto al Instituto de Turismo de la Región de Murcia, con carácter previo, correspondiente a la contratación de un servicio de marketing para el posicionamiento del destino Región de Murcia en Tenerife.

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

El Asesor jurídico

(Documento firmado electrónicamente al margen)

Vº Bº La Directora de Unidad de coordinación de Servicios

*(Resolución S.G. de desempeño de funciones del Servicio jurídico,
de 17 de mayo de 2024)*

(Documento firmado electrónicamente al margen)



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, en adelante 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 “Costa Cálida-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 los próximos años establece como principales retos continuar con la recuperación de la demanda turística nacional e internacional y posicionar “Costa Cálida-Región de Murcia” como un destino de vacaciones, tanto de cara a la temporada estival como al resto del año.



Por otra parte, dicha planificación estratégica prevé la puesta en marcha de políticas de diversificación de mercados emisores y proveedores turísticos, con presencia en la Región de Murcia.

Para la elección del mercado Tenerife, se ha tenido en cuenta su localización geográfica, la población y la potencialidad de conexiones, sin olvidar el que sea una zona que pueda emitir flujos de turistas fuera de la temporada alta de la Región de Murcia, desestacionalizando el destino. Para los residentes en Canarias la región constituye un destino atractivo para viajar todo el año, debido a las temperaturas siempre más suaves que el resto de la península en la temporada de invierno.

En base a lo anteriormente expuesto, el ITREM considera de interés la realización de campañas de marketing, para el posicionamiento del destino Región de Murcia entre los potenciales clientes de Tenerife.

Para el desarrollo de las campañas, es necesaria una estrategia de publicidad y marketing enfocada a aquellos soportes y medios más efectivos para conseguir optimizar los recursos, así como seleccionar aquellos que resulten más adecuados conforme al target y los objetivos de comunicación.

En cuanto a los soportes publicitarios, se utilizará el mix de medios más adecuado para el mercado, incluyendo tanto medios offline (medios impresos, radio, publicidad exterior, tarjetas de embarque, etc.), como online (banners, redes sociales, branded content, banners, creadores de contenido, entretenimiento a bordo, etc.), siendo los soportes indicados meramente a título enunciativo, pero no limitativo. El 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, para la contratación de un servicio de marketing para el posicionamiento del destino Región de Murcia en Tenerife, donde ya hay conectividad prevista o existe un interés por parte de distintas compañías aéreas en establecerlas próximamente.

De acuerdo con lo dispuesto en el art. 100.2 de la LCSP se fija como presupuesto base de licitación para un año (12 meses), la cantidad de CIENTO CINCUENTA Y SIETE MIL TRESCIENTOS EUROS (157.300,00 €), IVA incluido.

Según lo establecido en el art. 101 de la LCSP, el valor estimado del contrato es de CUATROCIENTOS TREINTA MIL EUROS (430.000,00 €) IVA excluido, incluyendo las posibles prórrogas del contrato.

El importe correspondiente al plazo de ejecución inicial de un año asciende a ciento treinta mil euros (130.000,00 €) IVA excluido, a lo que hay que sumar las prórrogas previstas hasta un máximo de tres años adicionales, a razón de ciento quince mil euros (115.000,00 €) IVA excluido para el primer año de prórroga (12 meses), cien



mil euros (100.000,00 €) IVA excluido para el segundo año de prórroga (12 meses) y ochenta y cinco mil euros (85.000,00 €) IVA excluido para el tercer año de prórroga (12 meses).

Lo que añadiendo el IVA al tipo del 21%, supone un gasto total de quinientos veinte mil trescientos euros (520.300,00 €) IVA incluido para los cuatro años de duración del contrato, incluidas las posibles prórrogas.

La reducción progresiva de los importes de las distintas anualidades se debe a la disminución de las acciones a contratar a medida que estos mercados turísticos se van consolidando.

El artículo 34 de la Ley 5/2010, de 27 de diciembre, de medidas extraordinarias para la sostenibilidad de las finanzas públicas, establece 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.»

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, y dado que el gasto a autorizar sobrepasa los 300.000 euros, elevo a Consejo de Gobierno la siguiente propuesta de

ACUERDO

Autorizar la realización del gasto al Instituto de Turismo de la Región de Murcia por importe máximo de 430.000,00 € IVA excluido, lo que al tipo actual del 21% de IVA supondría un total de 520.300,00 € IVA incluido, con carácter previo, correspondiente a la contratación de un servicio de marketing para el posicionamiento del destino Región de Murcia en Tenerife.

Murcia, a fecha de la firma electrónica.

LA CONSEJERA DE TURISMO, CULTURA, JUVENTUD Y DEPORTES

Carmen María Conesa Nieto



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

CERTIFICO: Que, según resulta del borrador del acta de la sesión celebrada el día doce de septiembre de dos mil veinticuatro, a propuesta de la Consejera de Turismo, Cultura, Juventud y Deportes, el Consejo de Gobierno acuerda autorizar la realización del gasto al Instituto de Turismo de la Región de Murcia por importe máximo de 430.000,00 € IVA excluido, lo que al tipo actual del 21% de IVA supondría un total de 520.300,00 € IVA incluido, con carácter previo, correspondiente a la contratación de un servicio de marketing para el posicionamiento del destino Región de Murcia en Tenerife.

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.