



EXTRACTO DE DOCUMENTOS CONTENIDOS EN EL EXPEDIENTE RELATIVO A:

CONSEJO DE GOBIERNO: SESION DE **26/12/2024**

CONSEJERIA DE TURISMO, CULTURA JUVENTUD Y DEPORTES

PUNTO DEL ORDEN DEL DÍA: **39**

ASUNTO:

PROPUESTA DE AUTORIZACION DE REALIZACIÓN DEL GASTO AL INSTITUTO DE TURISMO DE LA REGIÓN DE MURCIA A LA CONTRATACIÓN DE UN SERVICIO DE CO-MARKETING PROMOCIONAL PARA LA MEJORA DEL POSICIONAMIENTO DEL DESTINO REGIÓN DE MURCIA EN CIUDADES DEL REINO UNIDO PARA LOS AÑOS 2025, 2026 Y 2027.

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

EL JEFE DE SERVICIO JURÍDICO

Fdo.:

(Documento firmado electrónicamente al margen)



INFORME DE NECESIDAD E IDONEIDAD PARA LA CONTRATACIÓN DE UN SERVICIO DE CO-MARKETING PROMOCIONAL PARA LA MEJORA DEL POSICIONAMIENTO DEL DESTINO REGIÓN DE MURCIA EN CIUDADES DEL REINO UNIDO.

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 co-marketing a nivel nacional e internacional de los recursos y productos turísticos existentes, con la finalidad de dar a conocer la Región de Murcia – Costa Cálida 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.

Por tanto, la estrategia del Instituto de Turismo de la Región de Murcia para el año 2025 y siguientes, establece como principales retos continuar con la recuperación de la demanda turística nacional e internacional y la mejora del posicionamiento de “Región de Murcia – Costa Cálida”, como un destino de vacaciones, tanto de cara a la temporada estival como al resto del año.

En el conjunto de 2023, el Reino Unido fue el principal país emisor de turismo extranjero hacia la Región con 293.921 turistas, aportando el 30,1% del total. Sin embargo, este dato contrasta con unas cifras mucho más elevadas previas a la pandemia de Covid-19. Y es que en el año 2019 viajaron hasta la Región de Murcia 445.468 turistas procedentes de Reino Unido, lo que supone una cuota del 42,9% del total. Por tanto, la cifra de 2023 representa un descenso del 34% de la afluencia de turismo británico y una caída de su cuota de mercado de 12,8 puntos respecto a la situación pre-Covid.



También el Reino Unido fue en 2023 el mercado que más gasto aportó al turismo regional, 330,8 millones de euros. Sin embargo, esta cifra se traduce en un fuerte retroceso desde 2019 de la cuota de gasto del turista británico sobre el total internacional en la Región, pasando del 43,9% que representaba en el año 2019, al 37,5% en 2022 y al 26,6% en 2023.

En lo que respecta a los primeros ocho meses de 2024, el Reino Unido sigue siendo el mayor emisor de turismo internacional a la Región, con 218.931 turistas. No obstante, se sigue constatando su pérdida de protagonismo en el portafolio de mercados turísticos emisores internacionales para la Región, con una disminución de su cuota de mercado en los últimos años. Así, para el periodo enero-agosto el mercado británico ha pasado de representar un peso del 42,6% en 2019, previo a la pandemia de Covid-19, hasta el 30,9% en 2023 y el 27,2% en este año 2024.

El gasto total de los turistas de Reino Unido en la comunidad asciende a 320,6 millones de euros en estos primeros ocho meses de 2024, pero con un peso descendente sobre el impacto económico total del turismo internacional, al igual que ocurre en la afluencia de turistas de este país. Así, para el acumulado enero-agosto, y aunque continúa siendo el mercado emisor extranjero que mayor gasto turístico generó en la Región, el peso del Reino Unido ha ido cayendo gradualmente desde el 41% de cuota del gasto turístico internacional en la Región hasta el 29,6% en 2023 y el 28,6% en 2024.

Por ello se considera de interés la realización de campañas de co-marketing para la mejora del posicionamiento del destino en el Reino Unido, así como el que puedan contar con conectividades aéreas directas con la región, sin olvidar el que sean zonas que pueden 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 durante todo el año, que le permite ser uno de los principales reclamos para turistas procedentes de zonas más frías.

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.

Además, mediante la modalidad del co-marketing se pretende aunar esfuerzos en aras a un objetivo común, aprovechando las sinergias que pudieran ofrecer las empresas que trabajan en el mercado emisor del Reino Unido, por lo que la ejecución de esta campaña de mejora del posicionamiento del destino turismo Región de Murcia en el Reino Unido, **será financiada al 50 % por el ITREM y el 50% por la empresa adjudicataria.** El licitador



debe presentar una propuesta de co-marketing por el valor total, es decir, que incluya las acciones a financiar con la aportación del ITREM y la del propio licitador.

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.

En 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 co-marketing promocional para la mejora del posicionamiento del destino Región de Murcia en ciudades del Reino Unido, donde o ya hay conectividad directa o existe un interés por parte de distintas compañías aéreas en establecerlas próximamente.

De acuerdo con lo previsto en el artículo 99.3 de la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público (LCSP) que señala que siempre que la naturaleza o el objeto del contrato lo permitan, deberá preverse la realización independiente de cada una de sus partes mediante su división en lotes.

Esta contratación se llevará a cabo a través de 3 LOTES, atendiendo a la diversidad y especialización del mercado del Reino Unido, estableciendo zonas geográfico-experienciales definidas por criterios de demanda y de combinación mercado/producto. La segmentación realizada permite agrupar por zonas a los clientes potenciales y reales del destino Región de Murcia en función de sus productos turísticos más demandados y las experiencias concretas que buscan en sus viajes a la Región de Murcia.

LOTE 1. Zona 1: Grandes ciudades de Reino Unido.

Desarrollo de campañas de co-marketing promocional para la mejora del posicionamiento del destino Región de Murcia en el Reino Unido, dirigidas a la Zona 1: Grandes ciudades de Reino Unido– Segmento cosmopolita.

- ✓ Presupuesto máximo de licitación: 250.000 € IVA excluido.

LOTE 2. Zona 2: Norte de Reino Unido

Desarrollo de campañas de co-marketing promocional para la mejora del posicionamiento del destino Región de Murcia en el Reino Unido, dirigidas a la Zona 2: Norte de Reino Unido – Multisegmento.

- ✓ Presupuesto máximo de licitación: 150.000 € IVA excluido.



LOTE 3. Zona 3: Sur de Reino Unido

Desarrollo de campañas de co-marketing promocional para la mejora del posicionamiento del destino Región de Murcia en el Reino Unido, dirigidas a la Zona 3: Sur de Reino Unido – Multisegmento

- ✓ Presupuesto máximo de licitación: 150.000 € IVA excluido.

De acuerdo con lo dispuesto en el art. 100.2 de la LCSP se fija como presupuesto base de licitación para el primer año la cantidad de SEISCIENTOS SESENTA Y CINCO MIL QUINIENTOS EUROS (665.500,00 €), IVA incluido.

En función del art.101 de la LCSP, el valor estimado del contrato es de UN MILLÓN SEISCIENTOS CINCUENTA MIL EUROS (1.650.000,00 €) IVA excluido, incluyendo las dos posibles prórrogas del contrato.

Este contrato tendrá una duración inicial de doce meses con posibilidad de prorrogar el mismo por un máximo de dos años más.

El importe correspondiente al plazo de ejecución inicial de un año asciende a quinientos cincuenta mil euros (550.000,00 €) IVA excluido, a lo que hay que sumar las prórrogas previstas hasta un máximo de dos años, a razón de quinientos cincuenta mil euros (550.000,00 €) IVA excluido tanto para el primer año de prórroga como para el segundo.

Lo que añadiendo el IVA al tipo del 21%, supone un gasto total de un millón novecientos noventa y seis mil quinientos euros (1.996.500,00 €), para los tres años de duración del contrato, incluidas las posibles prórrogas.

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

De acuerdo con lo señalado en el art. 84.uno.2º. a) de la Ley 37/1992, de 28 de diciembre, del Impuesto sobre el Valor Añadido, si el adjudicatario no se encontrase establecido en territorio de aplicación del impuesto (España), sería de aplicación el mecanismo de inversión del sujeto pasivo, esto es la condición de sujeto pasivo recaería en el destinatario de la operación (el que recibe el servicio).

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

30/10/2024 11:52:27

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)



PROPUESTA DE AUTORIZACIÓN A LA CONSEJERA DE TURISMO, CULTURA, JUVENTUD Y DEPORTES DE LA REALIZACIÓN DEL GASTO CORRESPONDIENTE PARA LA CONTRATACIÓN DE UN SERVICIO DE CO-MARKETING PROMOCIONAL PARA LA MEJORA DEL POSICIONAMIENTO DEL DESTINO REGIÓN DE MURCIA EN CIUDADES DEL REINO UNIDO.

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 Región de Murcia – Costa Cálida 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 el año 2025 y siguientes, establece como principales retos continuar con la recuperación de la demanda turística nacional e internacional y la mejora del posicionamiento de ‘Región de Murcia - Costa Cálida’ como un destino de vacaciones, tanto de cara a la temporada estival como al resto del año.

Por ello se considera de interés la realización de campañas de co-marketing para la mejora del posicionamiento del destino en el Reino Unido, así como el que puedan contar con conectividades aéreas directas con la región, sin olvidar el que sean zonas que pueden 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 durante todo el año, que le permite ser uno de los principales reclamos para turistas procedentes de zonas más frías.

A efecto de la valoración económica del contrato, se adjunta al presente un informe de valoración de campaña de co-marketing elaborado por la Oficina de Promoción del ITREM, pudiendo fijarse el presupuesto base de licitación para un año, la cantidad de SEISCIENTOS SESENTA Y CINCO MIL QUINIENTOS EUROS (665.500,00 €), IVA incluido y el valor estimado del



contrato es de UN MILLÓN SEISCIENTOS CINCUENTA MIL EUROS (1.650.000,00 €) IVA excluido, ya que el contrato podría ser prorrogado hasta un máximo de dos años. Lo que añadiendo el IVA al tipo del 21% supone un gasto total de UN MILLÓN NOVECIENTOS NOVENTA Y SEIS MIL QUINIENTOS EUROS (1.996.500,00 €), para los tres años de duración del contrato.

PRESUPUESTO BASE DE LICITACIÓN: 665.500,00 €, IVA incluido.

VALOR ESTIMADO DEL CONTRATO: 1.996.500,00 €, IVA incluido.

PARTIDA PRESUPUESTARIA: RC1666

DURACIÓN: Ejercicio 2025, 2026 y 2027

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 UN MILLÓN NOVECIENTOS NOVENTA Y SEIS MIL QUINIENTOS EUROS (1.996.500,00 €) IVA incluido, con carácter previo correspondiente a la contratación de un servicio de co-marketing promocional para la mejora del posicionamiento del destino Región de Murcia en ciudades del Reino Unido, para los tres años de duración máxima.

Murcia, a fecha de la firma electrónica.

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

Juan Francisco Martínez Carrasco



INFORME JURÍDICO

SOLICITANTE: INSTITUTO DE TURISMO DE LA REGIÓN DE MURCIA (ITREM)

REF.: 24AG229MPS

ASUNTO: Autorizar la realización del gasto al Instituto de Turismo de la Región de Murcia por importe máximo de 1.650.000,00 €, IVA excluido, lo que al tipo actual del 21% de IVA supondría un total de 1.996.500,00 €, € IVA incluido, correspondientes a la contratación de un servicio de co-marketing promocional para la mejora del posicionamiento del destino Región de Murcia en ciudades del Reino Unido para los años 2025, 2026 y 2027

Con fecha 20 de diciembre se ha recibido la Propuesta del Instituto de Turismo de la Región de Murcia (en adelante, ITREM), de fecha 1 de agosto de 2024, para la autorización de realización del gasto por importe de 484.000,00 € IVA incluido, correspondiente a la contratación con la empresa ACEB, S.A del patrocinio publicitario de la Supercopa de España de Baloncesto ACB que se desarrollará en la ciudad de Murcia los días 21 y 22 de septiembre de 2024

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 competente por razón de la materia es la Consejería de Turismo, Cultura, Juventud y Deportes, por ser el Departamento de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia encargado de la propuesta, desarrollo y ejecución de las directrices generales del Consejo de Gobierno en materia de turismo, entre otras.

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, este Servicio Jurídico emite el siguiente Informe en base a los siguientes

Informe jurídico Autorización al ITREM para realización gasto contratación servicio co-marketing promocional Reino Unido 2025, 2026 y 2027



I. ANTECEDENTES

El expediente remitido consta de la siguiente documentación:

- Borrador de Propuesta de elevación al Consejo de Gobierno.
- Propuesta del Director General del ITREM
- Informe de necesidad e idoneidad de la Directora de la Oficina de Promoción del ITREM.
- Certificación de existencia de crédito adecuado y suficiente del Área Económico-Presupuestaria del ITREM.

II. CONSIDERACIONES JURÍDICAS

PRIMERA. Normativa aplicable

Por lo que se refiere al marco normativo, se encuadra en la regulación que, con carácter general, establecen las siguientes normas:

- Ley 40/2015, de 1 de octubre de Régimen Jurídico del Sector Público.
- Ley 6/2004, de 28 de diciembre, del Estatuto del Presidente y del Consejo de Gobierno de la Región de Murcia.
- Ley 7/2004, de 28 de diciembre, de Organización y Régimen Jurídico de la administración pública de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia.
- Ley 5/2010, de 27 de diciembre, de medidas extraordinarias para la sostenibilidad de las finanzas públicas, tras su modificación por la DA trigésima novena de la Ley 1/2016, de 5 de febrero, de Presupuestos Generales de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia para el ejercicio 2016.
- Ley 14/2012, de 27 de diciembre, de medidas tributarias, administrativas y de reordenación del sector público regional



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, recogiendo en ellos toda la regulación que obligatoriamente debe recoger la ley por la que se cree este tipo de organismos públicos.

El artículo 57.2 de la citada Ley 14/2012, de 27 de diciembre indica que corresponde al mismo como fines generales *“la ordenación, planificación, programación, dirección y coordinación de las competencias de la Región de Murcia en materia de turismo, en el marco de la política regional”*.

Adscripción.

La Consejería de Turismo, Cultura, Juventud y Deportes, de conformidad con el artículo 8 del Decreto del Presidente n. ° 19/2024, de 15 de julio, de Reorganización de la Administración Regional (BORM número 164 de 16/07/2024), 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. ° 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 *“el 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 1.650.000,00 €, IVA excluido, lo que al tipo actual del 21% de IVA supondría un total de 1.996.500,00 €, € IVA incluido correspondientes a la contratación de un servicio de co-marketing promocional para la mejora del posicionamiento del destino Región de Murcia en ciudades del Reino Unido para los años 2025, 2026 y 2027.

Según establece el Informe de necesidad e idoneidad, de fecha 30 de octubre de 2024, de la Directora de la Oficina de Promoción:

“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 co-marketing a nivel nacional e internacional de los recursos y productos turísticos existentes, con la finalidad de dar a conocer la Región de Murcia – Costa Cálida 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. (...)

Por tanto, la estrategia del Instituto de Turismo de la Región de Murcia para el año 2025 y siguientes, establece como principales retos continuar con la recuperación de la demanda turística nacional e internacional y la mejora del posicionamiento de “Región de Murcia – Costa Cálida”, como un destino de vacaciones, tanto de cara a la temporada estival como al resto del año.

En el conjunto de 2023, el Reino Unido fue el principal país emisor de turismo extranjero hacia la Región con 293.921 turistas, aportando el 30,1% del total. Sin embargo, este dato contrasta con unas cifras mucho más elevadas previas a la pandemia de Covid-19. Y es que en el año 2019 viajaron hasta la Región de Murcia 445.468 turistas procedentes de Reino Unido, lo que supone una cuota del 42,9% del total. Por tanto, la cifra de 2023



representa un descenso del 34% de la afluencia de turismo británico y una caída de su cuota de mercado de 12,8 puntos respecto a la situación pre-Covid.

También el Reino Unido fue en 2023 el mercado que más gasto aportó al turismo regional, 330,8 millones de euros. Sin embargo, esta cifra se traduce en un fuerte retroceso desde 2019 de la cuota de gasto del turista británico sobre el total internacional en la Región, pasando del 43,9% que representaba en el año 2019, al 37,5% en 2022 y al 26,6% en 2023.

En lo que respecta a los primeros ocho meses de 2024, el Reino Unido sigue siendo el mayor emisor de turismo internacional a la Región, con 218.931 turistas. No obstante, se sigue constatando su pérdida de protagonismo en el portafolio de mercados turísticos emisores internacionales para la Región, con una disminución de su cuota de mercado en los últimos años. (...)

El gasto total de los turistas de Reino Unido en la comunidad asciende a 320,6 millones de euros en estos primeros ocho meses de 2024, pero con un peso descendente sobre el impacto económico total del turismo internacional, al igual que ocurre en la afluencia de turistas de este país. Así, para el acumulado enero-agosto, y aunque continúa siendo el mercado emisor extranjero que mayor gasto turístico generó en la Región, el peso del Reino Unido ha ido cayendo gradualmente desde el 41% de cuota del gasto turístico internacional en la Región hasta el 29,6% en 2023 y el 28,6% en 2024.

Por ello se considera de interés la realización de campañas de co-marketing para la mejora del posicionamiento del destino en el Reino Unido, así como el que puedan contar con conectividades aéreas directas con la región, sin olvidar el que sean zonas que pueden 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 durante todo el año, que le permite ser uno de los principales reclamos para turistas procedentes de zonas más frías.

(...)

*Además, mediante la modalidad del co-marketing se pretende aunar esfuerzos en aras a un objetivo común, aprovechando las sinergias que pudieran ofrecer las empresas que trabajan en el mercado emisor del Reino Unido, por lo que la ejecución de esta campaña de mejora del posicionamiento del destino turismo Región de Murcia en el Reino Unido, **será financiada al 50 % por el ITREM y el 50% por la empresa adjudicataria**. El licitador debe presentar una propuesta de co-marketing por el valor total, es decir, que incluya las acciones a financiar con la aportación del ITREM y la del propio licitador.*

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.

En 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 co-marketing promocional para la mejora del posicionamiento del destino Región de Murcia en ciudades del Reino Unido, donde o ya hay conectividad directa o existe un interés por parte de distintas compañías aéreas en establecerlas próximamente.

De acuerdo con lo previsto en el artículo 99.3 de la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público (LCSP) que señala que siempre que la naturaleza o el objeto del contrato lo permitan, deberá preverse la realización independiente de cada una de sus partes mediante su división en lotes.

Esta contratación se llevará a cabo a través de 3 LOTES, atendiendo a la diversidad y especialización del mercado del Reino Unido, estableciendo zonas geográfico-experienciales definidas por criterios de demanda y de combinación mercado/producto. La segmentación realizada permite agrupar por zonas a los clientes potenciales y reales del destino Región de Murcia en función de sus productos turísticos más demandados y las experiencias concretas que buscan en sus viajes a la Región de Murcia.

LOTE 1. Zona 1: Grandes ciudades de Reino Unido. (...)

Presupuesto máximo de licitación: 250.000 € IVA excluido.

LOTE 2. Zona 2: Norte de Reino Unido (...)

Presupuesto máximo de licitación: 150.000 € IVA excluido.

LOTE 3. Zona 3: Sur de Reino Unido (...)

Presupuesto máximo de licitación: 150.000 € IVA excluido.

De acuerdo con lo dispuesto en el art. 100.2 de la LCSP se fija como presupuesto base de licitación para el primer año la cantidad de SEISCIENTOS SESENTA Y CINCO MIL QUINIENTOS EUROS (665.500,00 €), IVA incluido.

En función del art.101 de la LCSP, el valor estimado del contrato es de UN MILLÓN SEISCIENTOS CINCUENTA MIL EUROS (1.650.000,00 €) IVA excluido, incluyendo las dos posibles prórrogas del contrato.

Este contrato tendrá una duración inicial de doce meses con posibilidad de prorrogar el mismo por un máximo de dos años más.

(...)



Lo que añadiendo el IVA al tipo del 21%, supone un gasto total de un millón novecientos noventa y seis mil quinientos euros (1.996.500,00 €), para los tres años de duración del contrato, incluidas las posibles prórrogas.

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

(...)”.

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. Las unidades integrantes del sector público regional referidas en los párrafos c) y d) del artículo 1 de la Ley 4/2010, de 27 de diciembre, de Presupuestos Generales de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia para el ejercicio 2011 que se 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.

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 para la realización del gasto al Instituto de Turismo de la Región de Murcia por importe máximo de 1.650.000,00 €, IVA excluido, lo que al tipo actual del 21% de IVA supondría un total de 1.996.500,00 €, € IVA incluido correspondientes a la contratación de un servicio de co-marketing promocional para la mejora del posicionamiento del destino Región de Murcia en ciudades del Reino Unido para los años 2025, 2026 y 2027, sin perjuicio de la documentación e informes que se emitan en el momento procedimental oportuno durante la contratación.

La Asesora de Apoyo Jurídico

(Documento firmado electrónicamente al margen)

Vº Bº El Jefe de Servicio Jurídico

(Documento firmado electrónicamente al margen)



AL CONSEJO DE GOBIERNO

El Instituto de Turismo de la Región de Murcia (ITREM) es una entidad pública empresarial que, de acuerdo con lo dispuesto en los artículos 56 y 57 de la «Ley 14/2012, de 27 de diciembre, de medidas tributarias, administrativas y de reordenación del sector público regional», depende de la Administración General de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia, cuenta con personalidad jurídica propia y plena capacidad pública y privada, y tiene como fines generales la ordenación, planificación, programación, dirección y coordinación de las competencias de la Región de Murcia en materia de turismo, en el marco de la política del Gobierno regional.

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 – Costa Cálida 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.

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 ello se considera de interés la realización de campañas de co-marketing para la mejora del posicionamiento del destino en el Reino Unido, así como el que puedan contar con conectividades aéreas directas con la región, sin olvidar el que sean zonas que pueden 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 durante todo el año, que le permite ser uno de los principales reclamos para turistas procedentes de zonas más frías.

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.

Además, mediante la modalidad del co-marketing se pretende aunar esfuerzos en aras a un objetivo común, aprovechando las sinergias que pudieran ofrecer las empresas que trabajan en el mercado emisor del Reino Unido, por lo que la ejecución de esta campaña de mejora del posicionamiento del destino turismo Región de Murcia en el Reino Unido, será financiada al 50 % por el ITREM y el 50% por la empresa adjudicataria.

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 co-marketing promocional para la mejora del posicionamiento del destino Región de Murcia en ciudades del Reino Unido, donde o ya hay conectividad directa o existe un interés por parte de distintas compañías aéreas en establecerlas próximamente.

De acuerdo con lo previsto en el artículo 99.3 de la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público (LCSP) que señala que siempre que la naturaleza o el objeto del contrato lo permitan, deberá preverse la realización independiente de cada una de sus partes mediante su división en lotes.

Esta contratación se llevará a cabo a través de 3 LOTES, atendiendo a la diversidad y especialización del mercado del Reino Unido, estableciendo zonas geográfico-experienciales definidas por criterios de demanda y de combinación mercado/producto. La segmentación realizada permite agrupar por zonas a los clientes potenciales y reales del destino Región de Murcia en función de sus productos turísticos más demandados y las experiencias concretas que buscan en sus viajes a la Región de Murcia.

De acuerdo con lo dispuesto en el art. 100.2 de la LCSP se fija como presupuesto base de licitación para el primer año la cantidad de SEISCIENTOS SESENTA Y CINCO MIL QUINIENTOS EUROS (665.500,00 €), IVA incluido.

En función del art.101 de la LCSP, el valor estimado del contrato es de UN MILLÓN SEISCIENTOS CINCUENTA MIL EUROS (1.650.000,00 €) IVA excluido, incluyendo las dos posibles prórrogas del contrato.

Este contrato tendrá una duración inicial de doce meses con posibilidad de prorrogar el mismo por un máximo de dos años más.

El importe correspondiente al plazo de ejecución inicial de un año asciende a quinientos cincuenta mil euros (550.000,00 €) IVA excluido, a lo que hay que sumar las prórrogas previstas hasta un máximo de dos años, a razón de quinientos cincuenta mil euros (550.000,00 €) IVA excluido tanto para el primer año de prórroga como para el segundo.

Lo que añadiendo el IVA al tipo del 21%, supone un gasto de un millón novecientos noventa y seis mil quinientos euros (1.996.500,00 €), para los tres años de duración del contrato, incluidas las posibles prórrogas.

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



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

ACUERDO

Autorizar la realización del gasto al Instituto de Turismo de la Región de Murcia por importe máximo de 1.650.000,00 €, IVA excluido, lo que al tipo actual del 21% de IVA supondría un total de 1.996.500,00 €, € IVA incluido correspondientes a la contratación de un servicio de co-marketing promocional para la mejora del posicionamiento del destino Región de Murcia en ciudades del Reino Unido para los años 2025, 2026 y 2027.

Murcia, a fecha de la firma electrónica.

LA CONSEJERA DE TURISMO, CULTURA, JUVENTUD Y DEPORTES

Carmen Maria 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 veintiséis de diciembre 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 1.650.000,00 €, IVA excluido, lo que al tipo actual del 21% de IVA supondría un total de 1.996.500,00 €, IVA incluido, correspondientes a la contratación de un servicio de co-marketing promocional para la mejora del posicionamiento del destino Región de Murcia en ciudades del Reino Unido para los años 2025, 2026 y 2027.

Y para que conste y a los precedentes efectos, expido, firmo y sello la presente en Murcia a la fecha de la firma electrónica recogida al margen.