



RESOLUCIÓN DEL ÓRGANO DE CONTRATACIÓN DE INICIO DE EXPEDIENTE PARA LA CONTRATACIÓN DE CAMPAÑAS DE CO-MARKETING PROMOCIONAL ENTRE EL ITREM Y EMPRESAS DE TRANSPORTE Y/U OPERADORES TURÍSTICOS CON PRESENCIA EN EL MERCADO BRITÁNICO E IRLANDÉS QUE COMERCIALIZEN SERVICIOS DE TRANSPORTE DE PERSONAS Y OTROS SERVICIOS TURÍSTICOS COMPLEMENTARIOS CON DESTINO A LA REGIÓN DE MURCIA.

Para la Región de Murcia, los países anglosajones son los principales emisores de turismo internacional, aportando el 42,1% del total de turistas extranjeros y el 39,6% de su gasto. Así, el turismo internacional de la Región de Murcia se caracteriza por una fuerte dependencia del mercado anglosajón, muy superior a la del conjunto de España donde la cuota es del 20,4% (frente al 42,1% en la Región de Murcia), por lo que los efectos negativos de la salida del Reino Unido de Gran Bretaña e Irlanda del Norte (Reino Unido) de la Unión Europea (UE), conocido como Brexit, tendrán un mayor impacto que en el resto del país en el turismo regional.

No obstante lo anterior, la sólida tasa de crecimiento de la economía del Reino Unido y la fortaleza de la libra esterlina frente al euro (a pesar del debilitamiento esperado a medida que se hace efectivo el Brexit) están sustentando una visión optimista en la actualidad respecto a este mercado para la Región de Murcia. De hecho, esta situación actual está favoreciendo el tipo de viajes que más sufrieron con la recesión (escapadas, visitas cortas a familiares y amigos, ...) y que ahora se plantean como claves para lograr la desestacionalización del turismo regional.

El objetivo de las campañas de co-marketing promocional será hacer frente a los potenciales efectos sobre el turismo regional que pueda tener el Brexit, estableciendo una comunicación directa con el potencial turista y potenciando la imagen de la Región de Murcia y sus productos turísticos en los principales mercados emisores consolidados del Reino Unido hacia la Región de Murcia, y por ende dada su proximidad geográfica, su relación cultural y su interdependencia en varios ámbitos, también con los mercados de la República de Irlanda.

Conforme a lo establecido en el artículo 99.3 de la LCSP se prevé la realización independiente de cada una de las partes del contrato mediante su división en lotes, atendiendo a los mercados y segmentos objetivo de la contratación; estando claramente definidas las características requeridas por el ITREM, las cuales admiten perfectamente la fragmentación del objeto del contrato, y considerando además más eficiente su ejecución de forma separada.

El objeto general de este contrato de co-marketing promocional es la ejecución paralela de dos campañas de publicidad, una de marca de destino realizada por el Instituto de Turismo de la Región de Murcia (ITREM), por importe a cargo de este y ejecutada por la empresa adjudicataria de este contrato y otra realizada por la empresa adjudicataria del contrato por el mismo importe que el pagado por el ITREM





en la primera campaña, pero con cargo a la empresa. Se trata de aunar esfuerzos en aras a un objetivo común, aprovechando las sinergias que pudieran ofrecer las empresas turísticas que trabajan en los mercados emisores del Reino Unido y la República de Irlanda.

La contratación de este servicio está sujeta a regulación armonizada, en atención a lo establecido en los artículos 19, 22.1.b) y 22.2 de la LCSP, al ser su valor estimado superior a 700.000,00 €. El procedimiento y forma de adjudicación será por procedimiento abierto, regulado en los artículos 156, 157 y 158 de la Ley 9/2017, de 8 de noviembre de Contratos del Sector Público.

Por todo ello, en mi condición de Órgano de contratación,

RESUELVO

PRIMERO.- Incorporar al expediente el Pliego de cláusulas administrativas particulares y prescripciones técnicas que han de regir la contratación, de conformidad con lo señalado en el art. 116.3 LCSP. Recogiéndose en el primero de ellos los criterios de solvencia técnica o profesional, y económica y financiera, y los criterios que se tendrán en consideración para adjudicar el contrato, así como las condiciones especiales de ejecución del mismo, y el valor estimado del contrato con indicación de todos los conceptos que lo integran.

SEGUNDO.- Incorporar al expediente de contratación, de conformidad con lo señalado en el art. 116.3 LCSP, el certificado de existencia de crédito presupuestario adecuado y suficiente, emitido por el Área Económico-Presupuestaria del ITREM, así como la propuesta de autorización de gasto, su informe jurídico y la autorización del gasto aprobada por el Consejo de Gobierno de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia el 20 de junio del presente año, 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.

TERCERO. Incorporar al expediente para la contratación de campañas de co-marketing promocional entre el ITREM y empresas de transporte y/u operadores turísticos con presencia en el mercado británico e irlandés que comercialicen servicios de transporte de personas y otros servicios turísticos complementarios con destino a la Región de Murcia, el informe justificativo de las necesidades que pretenden cubrirse con el contrato, y de la idoneidad de su objeto y contenido para satisfacerlas, de conformidad con lo señalado en el art. 63.3 en relación con el art. 28.1 de la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público (LCSP), realizado por el Director de la Oficina de Promoción del ITREM, así como el informe justificativo de insuficiencia de medios.





CUARTO. El valor estimado del contrato, es de SETECIENTOS MIL EUROS (700.000,00 €) IVA excluido, tal y como consta en la documentación obrante en el expediente.

QUINTO.- Aprobar el expediente de contratación de campañas de co-marketing promocional entre el ITREM y empresas de transporte y/u operadores turísticos con presencia en el mercado británico e irlandés que comercialicen servicios de transporte de personas y otros servicios turísticos complementarios con destino a la Región de Murcia, asumiendo la aprobación de gasto correspondiente y disponiendo la apertura del procedimiento de adjudicación.

SEXTO.- Publicar en el Diario Oficial de la Unión Europea (DOUE) y en el perfil del contratante del Instituto de Turismo de la Región de Murcia, el anuncio de licitación para que en un plazo mínimo de 35 días naturales contados desde la fecha del envío se puedan presentar las ofertas pertinentes.

En Murcia, a fecha de la firma electrónica

EL DIRECTOR GENERAL DEL
INSTITUTO DE TURISMO DE LA REGION DE MURCIA
Manuel Fernández-Delgado Tomás

