
Expte: CM 19/24

Acuerdo de 5 de septiembre de 2024 de inicio de expediente de contratación del servicio de conceptualización, diseño y producción de contenido de imagen y branding para la mejora de la competitividad de Asturias como destino turístico.

ACUERDO DE INICIO DE EXPEDIENTE DE CONTRATACIÓN

Vista la propuesta de contratación del servicio de conceptualización, diseño y producción de contenido de imagen y branding para la mejora de la competitividad de Asturias como destino turístico, en lo esencial, los siguientes

ANTECEDENTES DE HECHO

PRIMERO. Por el Departamento de Publicidad y Comunicación se insta la contratación del servicio de conceptualización, diseño y producción de contenido de imagen y branding para la mejora de la competitividad de Asturias como destino turístico y renovación de su imagen promocional de destino, todo ello en el marco del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia - Financiado por la Unión Europea - Next GenerationEU.

Para ello, sucintamente, y con el alcance descrito en el Pliego de Condiciones Técnicas, se deberán realizar las siguientes actividades:

1. Conceptualización y desarrollo de un marco que refuerce e impulse la imagen de Asturias como destino turístico.
2. Generación de un lema o claim que la sintetice.
3. Diseño y producción de los correspondientes soportes gráficos y audiovisuales.
4. Asesoramiento permanente (durante el plazo de duración del contrato) en relación con la imagen, su desarrollo y aplicaciones.

El desarrollo de los puntos anteriores debe procurar responder de manera homogénea a tres mercados: autonómico, nacional e internacional; si bien deberán tenerse en cuenta las particularidades de cada uno de ellos por lo que cabrá plantear soluciones específicas.

SEGUNDO. La Sociedad Pública de Gestión y Promoción Turística y Cultural del Principado de Asturias, SAU (en adelante “SPGP”) tiene como misión la promoción del sector y actividades turísticas del Principado de Asturias de forma que permita difundir satisfactoriamente la imagen institucional del turismo del Principado de Asturias, para lo que hoy en día es fundamental disponer de recursos y servicios atractivos para el impulso de nuestra cartera de productos.

Dentro de la estrategia de marketing de Asturias como destino turístico cuentan con singular relevancia las acciones que tienen como soporte los medios de comunicación. Para que estas acciones alcancen el resultado deseado que se traduzca en el refuerzo de una imagen positiva de destino que genere voluntad de consumo es necesario contar con una estrategia de comunicación que cuente con una imagen de destino que proyecte valores positivos.

El modelo turístico asturiano se asienta sobre cuatro pilares fundamentales: la sostenibilidad como principio estructurante de la acción turística, la autenticidad, la identidad regional y la calidad de los recursos y servicios. Esta imagen de destino debe materializarse en una serie de propuestas audiovisuales coherentes que cumplan con el objetivo descrito que se detalla a mayor abundamiento en dos documentos: el PlayBook de marca y en la Estrategia de Turismo 2020/2030.

Por otro lado, el Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia establece la hoja de ruta para la modernización de la economía española, la recuperación del crecimiento económico y la creación de empleo, para la reconstrucción económica sólida, inclusiva y resiliente tras la crisis de la COVID, y para responder a los retos de la próxima década. Se estructura en torno a diez políticas palanca urgentes por su alta capacidad de arrastre sobre la actividad y el empleo para la modernización de nuestra economía y sociedad, dedicándose el número V a la *“modernización y digitalización del tejido industrial y de la pyme, recuperación del turismo e impulso a una España Nación Emprendedora”*.

Las diez políticas palanca integran a su vez 30 proyectos o líneas de acción que articulan de forma coherente y complementaria las diferentes iniciativas tractoras prioritarias de reforma estructural, tanto de tipo regulatorio como de impulso a la inversión, para contribuir a alcanzar los objetivos generales del Plan.

Por lo que respecta al turismo, se articula de forma específica el Plan de modernización y competitividad del sector turístico, en cuyo primer eje se incardina la Estrategia de Sostenibilidad Turística en Destinos.

Uno de los componentes operativos del referido programa es el Programa Extraordinario de Sostenibilidad Turística en Destinos, cuya financiación procede en su totalidad de fondos europeos del Plan Next Generation EU, el Fondo de Recuperación europeo.

Está previsto que en cada anualidad de vigencia de dicho Programa se definan los Planes territoriales de Sostenibilidad Turística en Destino, cuya propuesta corresponde a las comunidades Autónomas, incluyendo los Planes de Sostenibilidad Turística en Destinos, las Actuaciones de Cohesión entre Destinos que mejor encajen en la planificación turística territorial, atendiendo al marco presupuestario asignado.

En este contexto, la Viceconsejería de Turismo ha acordado encargar a la SPGP, la realización de diversas actuaciones, enmarcándose la presente licitación en las líneas de acción de la nueva Estrategia de Turismo 2020-2030 del Principado de Asturias que plantea las bases sobre las que debe construirse el futuro del turismo en la comunidad en los próximos años. El nuevo modelo turístico asturiano se asienta sobre cuatro pilares fundamentales: la sostenibilidad como principio estructurante de la acción turística, la autenticidad, la identidad regional y la calidad de los recursos y servicios. La nueva Estrategia de Turismo 2020-2030 del Principado de Asturias establece que el desarrollo de productos es un aspecto fundamental de la misma, dado que los cambios que experimenta el mercado obligan a adaptar los productos existentes a las exigencias de la demanda, incorporando nuevas propuestas que den respuesta a las nuevas tendencias. Dentro de esta Estrategia se distinguen dos grupos de productos clave:

- Destino Asturias: Que integra los recursos y productos más demandados y que integra los aspectos fundamentales de la imagen de Asturias.

- **Productos de nicho:** Que dan respuesta a demandas específicas del mercado. Son por tanto productos orientados a mercados específicos y con un elevado nivel de segmentación (cicloturismo, senderismo, ecoturismo, gastronomía, MICE, Camino de Santiago y turismo industrial).

De este modo, la necesidad a satisfacer se enmarca en la estrategia de producto definida en la Estrategia de Turismo 2020-2030 del Principado de Asturias que, a su vez, se despliega en el Plan de Marketing 2021-2024 dentro de los puntos 1.1 Plan Destino Asturias, 1.2. Plan de productos de nicho y 3.4 Campañas de publicidad. Respecto del Plan Territorial de Sostenibilidad Turística en Destino del Principado de Asturias 2021, la línea Estratégica es “*Productos y Marcas de Calidad*”.

Para la ejecución del citado Plan, la Consejería de Cultura, Política Lingüística y Turismo (actual Consejería de Presidencia, Reto Demográfico, Igualdad y Turismo), acuerda reconocer la obligación y proponer el pago en firme a favor de la SPGP con destino a financiar la ejecución de algunas de las Actuaciones de Cohesión entre Destinos, entre las que se encuentra el desarrollo de productos y marcas de calidad dentro de la cual se enmarca la presente licitación que se financia al 100% con estos fondos.

En este contexto, se hace necesaria la contratación del servicio de producción de contenido de imagen y branding para la mejora de la competitividad del destino Asturias y sus productos de nicho.

Atendiendo a los servicios que se detallan en el Pliego de Condiciones Técnicas (PCT), el desarrollo de los mismos contribuirá al cumplimiento de los hitos y objetivos señalados en el Plan Territorial del Principado de Asturias 2022-2024, de acuerdo con lo previsto en el artículo 3.3 de la Orden HFP/1030/2021:

	Nombre	Meta	Fecha	Método de verificación
Objetivos	(220) Ejecución del Plan Territorial	Cada una de las intervenciones de este Plan territorial tendrá un nivel de ejecución de, al menos, el 75% de los fondos asignados en 2021	T4/2024	Informe del órgano ejecutor
Hitos	(221) Finalización de los proyectos incluidos en el Plan Territorial	Finalización de todos los proyectos incluidos en los PSTD; 35% de los fondos destinados a financiar medidas que aborden la transición verde, la sostenibilidad y la eficiencia energética o la electromovilidad	T2/2026	Informe de gestión de cada PSTD Declaración de cumplimiento

Por otra parte, la Resolución por la que se concede la transferencia a la Sociedad Pública de Gestión y Promoción Turística del Principado de Asturias, establece expresamente en el resuelto tercero que, toda vez que la transferencia se encuentra vinculada al programa de inversiones aprobadas por el Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia (PRTR), la misma se encuentra sujeta al cumplimiento de las obligaciones correspondientes. Entre otras, se establece que el plazo máximo de ejecución y certificación de actuaciones subvencionables se extenderá al 31 de marzo de 2026, debiendo de estar estas comprometidas a 31 de diciembre de 2024.

De este modo, en relación con el objeto del Contrato definido en el apartado 1 del presente Anexo, las prescripciones técnicas bajo las que el adjudicatario deberá garantizar la correcta prestación de los servicios licitados se definen en el PCT que rige la licitación,

que igualmente detalla el desarrollo de las actuaciones que deberán de ejecutarse por el adjudicatario.

Atendiendo al alcance de los servicios licitados y de las tareas que deberán desarrollarse por el adjudicatario para garantizar la correcta prestación del servicio es necesario que el mismo se ejecute con sujeción a los plazos parciales e hitos de entrega que se detallan en el apartado 10 del PCT, que fundamentan que, a nivel específico, siguiendo lo dispuesto en la anterior Resolución, para este contrato se establezcan los siguientes objetivos e hitos:

	Nombre	Fecha	Método de verificación
Objetivo	Producción de contenido de imagen y branding para la mejora de la competitividad de destino y sus productos	T1/2026	Informe órgano ejecutor
Hitos	Entrega de documento de presentación de campaña, el vídeo de presentación de campaña (pieza con un mínimo de 180 segundos) y un spot de desarrollo de campaña general con sus correspondientes versiones, 17 visuales gráficos y digitales, 1 cuña general de campaña para radio y la totalidad de las aplicaciones de diseño para web y redes sociales.	T2/2025	Informe del responsable del contrato
	Entrega de spot de desarrollo de concepto de campaña con sus correspondientes versiones, 6 spots de carácter temático o especializado con sus correspondientes versiones, 6 visuales gráficos y digitales, 2 cuñas de radio, la totalidad de las aplicaciones para diseño de folletos del Destino Asturias y la Guía de Estilo.	T4/2025	Informe del responsable del contrato
	Entrega de pieza de presentación general de destino (pieza de 120-180 segundos) con sus correspondientes versiones.	T4/2025	Informe del responsable del contrato
	Entrega de 4 spots de desarrollo de concepto de campaña con sus correspondientes versiones, 19 visuales gráficos y digitales y 2 cuñas de radio.	T1/2026	Informe del responsable del contrato

La contratación de los servicios descritos se considera necesaria dado que la SPGP, no dispone de la infraestructura y los medios humanos necesarios para realizar estas tareas por tratarse de trabajos de alta especialidad y carácter variable en el tiempo en la prestación de los mismos.

TERCERO. La adjudicación del presente contrato se efectuará por tramitación ordinaria y procedimiento abierto de conformidad con lo establecido en el artículo 156 de la Ley 9/2017 de Contratos del Sector Público por la que se trasponen al ordenamiento jurídico español las Directivas del Parlamento Europeo y del Consejo 2014/24/UE, de 26 de febrero de 2014 (en adelante “LCSP”), determinándose la mejor oferta calidad-precio conforme a varios criterios de adjudicación, evaluables de forma automática y mediante juicio de valor, según establecen los artículos 145.1 y 146.2 de la LCSP.

CUARTO. Junto con dicha propuesta, se adjunta el pliego de condiciones técnicas que ha de regir la ejecución de los citados trabajos.

FUNDAMENTOS DE DERECHO

PRIMERO. Conforme al artículo 3.3 d) de la LCSP, la SPGP tiene la calificación legal, a efectos de contratación, de poder adjudicador.

SEGUNDO. Como órgano de contratación actúa el representante legal de la entidad que en atención a sus estatutos recae en el consejo de administración y en quien este delegue facultades u otorgue apoderamientos. En reunión del consejo de administración celebrada el 26 de octubre de 2023 se adoptó entre otros el acuerdo de apoderar para celebrar

contratos a la abajo firmante, el cual fue protocolizado y elevado a público con fecha 2 de noviembre de 2023.

TERCERO. De conformidad con lo establecido en los artículos 28 y 116 de la LCSP y el artículo 73 del Reglamento General de la Ley de Contratos de las Administraciones Públicas (en adelante RGLCAP), los expedientes de contratación se iniciarán por el órgano de contratación motivando la necesidad del contrato.

CUARTO. De acuerdo con el artículo 131.2 de la LCSP, la adjudicación de los contratos se realizará utilizando el procedimiento abierto o el procedimiento restringido, salvo los contratos de concesión de servicios especiales del Anexo IV, que se adjudicarán mediante este último.

VISTOS la LCSP, el RGLCAP, normas concordantes de aplicación, los antecedentes de hecho concurrentes y los fundamentos de derecho de aplicación,

ACUERDO

ÚNICO: Autorizar el inicio del expediente para la contratación, por procedimiento abierto, del servicio de conceptualización, diseño y producción de contenido de imagen y branding para la mejora de la competitividad de Asturias como destino turístico (Expte CM 19/24).

**LA PRESIDENTA DE LA SOCIEDAD PÚBLICA DE GESTIÓN
Y PROMOCIÓN TURÍSTICA Y CULTURAL DEL PRINCIPADO DE ASTURIAS, SAU**

Gimena Llamedo González