

---

**Expte.: CM 19/24**

---

**ACUERDO de 11 de septiembre de 2024**

---

Por el que se aprueba el expediente de contratación y se dispone la apertura del procedimiento de adjudicación para 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.

---

## ACUERDO

En relación con el expediente de contratación citado en el encabezamiento, resultan los siguientes:

### ANTECEDENTES DE HECHO

**PRIMERO.** Por acuerdo del órgano de contratación de fecha 5 de septiembre de 2024 se autorizó el inicio del expediente para 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.** Elaborados los Pliegos de Condiciones Jurídicas y de Prescripciones Técnicas que regirán la citada contratación, en ellos se determina un presupuesto base de licitación de TRESCIENTOS TREINTA Y OCHO MIL OCHOCIENTOS CUARENTA Y DOS EUROS CON NOVENTA Y OCHO CÉNTIMOS (338.842,98 €), IVA no incluido, siendo el importe del impuesto sobre el valor añadido de SETENTA Y UN MIL CIENTO CINCUENTA Y SIETE EUROS CON DOS CÉNTIMOS (71.157,02 €), el importe total, IVA incluido, asciende a la cantidad de CUATROCIENTOS DIEZ MIL EUROS (410.000,00 €).

El crédito preciso para atender las obligaciones económicas del contrato se imputará a la partida presupuestaria 10.1.5 “*Productos y Marcas de Calidad*”, en el que existe crédito adecuado y suficiente, y se distribuirá en las siguientes anualidades:

Anualidad	Base imponible	IVA	Total
2025	290.436,84 €	660.991,73 €	351.428,57 €
2026	48.406,14 €	10.165,29 €	58.571,43 €
<b>Total</b>	<b>338.842,98 €</b>	<b>71.157,02 €</b>	<b>410.000,00 €</b>

**TERCERO.** 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	T2/2026	Informe de gestión de cada PSTD Declaración de

		financiar medidas que aborden la transición verde, la sostenibilidad y la eficiencia energética o la electromovilidad		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
<b>Objetivo</b>	Producción de contenido de imagen y branding para la mejora de la competitividad de destino y sus productos	T1/2026	Informe órgano ejecutor
<b>Hitos</b>	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.

**CUARTO.** 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 8 de noviembre, 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 conforme a una pluralidad de criterios en base a la mejor relación calidad-precio, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 145 y siguientes de la referida ley.

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

**TERCERO.** Conforme al artículo 26 de la LCSP, tendrán la consideración de contratos privados los celebrados por entidades del sector público que siendo poder adjudicador no reúnan la condición de Administraciones Públicas, rigiéndose en cuanto a su preparación y adjudicación por dicha Ley y en cuanto a sus efectos, modificación y extinción por el derecho privado.

**CUARTO.** El artículo 124 de la LCSP señala que “El órgano de contratación aprobará con anterioridad a la autorización del gasto o conjuntamente con ella, y siempre antes de la licitación del contrato, o de no existir esta, antes de su adjudicación, los pliegos y documentos que contengan las prescripciones técnicas particulares que hayan de regir la realización de la prestación y definan sus calidades, sus condiciones sociales y ambientales, de conformidad con los requisitos que para cada contrato establece la presente Ley, y solo podrán ser modificados con posterioridad por error material, de hecho o aritmético. En otro caso, la modificación del pliego conllevará la retroacción de actuaciones”.

**QUINTO.** De conformidad con lo dispuesto en el artículo 117 de la LCSP, completado el expediente se dicatará resolución motivada por el órgano de contratación aprobando el mismo y disponiendo la apertura del procedimiento de adjudicación, cuya resolución implicará también la autorización del gasto correspondiente.

**SEXTO.** De acuerdo con el artículo 131.2 de la LCSP, la adjudicación de los contratos se realizará ordinariamente, 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 procedimiento.

Vistos los antecedentes de hecho y fundamentos de derecho que resultan de aplicación,

### ACUERDO

**PRIMERO.-** Aprobar el Pliego de Condiciones Jurídicas y el Pliego de Condiciones Técnicas que han de regir 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.

**SEGUNDO.-** Autorizar un gasto, para hacer frente a la presente contratación, por importe de TRESCIENTOS TREINTA Y OCHO MIL OCHOCIENTOS CUARENTA Y DOS EUROS CON NOVENTA Y OCHO CÉNTIMOS (338.842,98 €), IVA no incluido, siendo el importe del impuesto sobre el

valor añadido de SETENTA Y UN MIL CIENTO CINCUENTA Y SIETE EUROS CON DOS CÉNTIMOS (71.157,02 €), el importe total, IVA incluido, asciende a la cantidad de CUATROCIENTOS DIEZ MIL EUROS (410.000,00 €), que se financiará conforme a lo establecido en el antecedente de hecho segundo.

**TERCERO.-** Aprobar el expediente de contratación y disponer la apertura del procedimiento para la adjudicación del presente contrato que se llevará a cabo por procedimiento abierto.

**CUARTO.** - Ordenar la publicación de la presente licitación en el Diario Oficial de la Unión Europea y en el perfil del contratante de la SPGP.

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

Gimena Llamedo González