

### III. OTRAS DISPOSICIONES

## MINISTERIO DE INDUSTRIA, ENERGÍA Y TURISMO

**6009** *Resolución de 6 de junio de 2016, de la Secretaría de Estado de Turismo, por la que se publica el Acuerdo marco de colaboración para el desarrollo de las actividades de marketing de los destinos y productos turísticos asociados a la marca «España Verde».*

De acuerdo con lo previsto en el artículo 8.2 de la Ley 30/1992, de 26 de noviembre, de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y del Procedimiento Administrativo Común, procede la publicación en el «Boletín Oficial del Estado» del Acuerdo Marco de colaboración para el desarrollo de las actividades de marketing de los destinos y productos turísticos asociados a la marca «España Verde».

Madrid, 6 de junio de 2016.–La Secretaria de Estado de Turismo, Isabel María Borrego Cortés.

#### **ACUERDO MARCO DE COLABORACIÓN PARA EL DESARROLLO DE LAS ACTIVIDADES DE MARKETING DE LOS DESTINOS Y PRODUCTOS TURÍSTICOS ASOCIADOS A LA MARCA «ESPAÑA VERDE»**

En Madrid, 24 de mayo de 2016.

#### REUNIDOS

Por parte de Turespaña, doña Isabel María Borrego Cortés, como Secretaria de Estado de Turismo y Presidenta del Instituto de Turismo de España (TURESPAÑA), según nombramiento por Real Decreto 2008/2011, de 30 de diciembre («Boletín Oficial del Estado» núm. 315, de 31 de diciembre), y en virtud de las competencias que le atribuye el Real Decreto 425/2013, de 14 de julio, por el que se aprueba el Estatuto del Instituto de Turismo de España y se modifica parcialmente el Real Decreto 344/2012, de 10 de febrero.

Por parte de la Axencia Turismo de Galicia, doña María Nava Castro Domínguez, con DNI número 34.871.339 G, en calidad de Directora en virtud su nombramiento por el Decreto 34/2013, de 21 de febrero, y conforme a las facultades que le confiere el artículo 5 del Decreto 196/2012, de 27 de septiembre, por el que se crea la Axencia Turismo de Galicia, domiciliada en carretera de Santiago a Noia, km. 3, 15897 Santiago de Compostela, con CIF Q-1500394-J.

Por parte de Sociedad Pública de Gestión y Promoción Turística y Cultural del Principado de Asturias, SAU, don Julio Manuel González Zapico en nombre y representación de la mercantil Sociedad Pública de Gestión y Promoción Turística y Cultural del Principado de Asturias, SAU, con domicilio social en Laboral Ciudad de la Cultura Luis Moya Blanco, 261, de Gijón (CP 33203), titular del CIF: A-74177734, en su condición de Consejero Delegado de la misma según consta en la escritura otorgada el día 22 de octubre de 2015 por el Notario de Oviedo don Luis Ignacio Fernández Posada, con el número 3.350 de su protocolo.

Por parte de Cantur, S.A., doña Eva Bartolomé Arciniega, provista de DNI núm. 13.910.933G, en nombre y representación de Sociedad Regional Cántabra de Promoción Turística, S.A., en adelante Cantur, S.A., con domicilio en la calle Albert Einstein, n.º 4, planta 2.ª, de Santander y con CIF A-39008073, en su condición de Consejera Delegada, según consta en escritura otorgada el día 22 de octubre de 2015 ante el Notario de Santander don Fernando Arroyo del Corral, con el número 1633 de su protocolo.

Por parte de Basquetour, doña Itziar Epalza Urquiaga, Viceconsejera de Comercio y Turismo del Gobierno Vasco (Decreto 360/2012, de 24 de diciembre) en su calidad de

Vicepresidenta de la Sociedad Anónima Pública Basquetour, Turismoaren Euskal Agentzia - Agencia Vasca de Turismo, S.A., con CIF A-95444501 y domicilio social en Alameda de Urquijo, 36-5.<sup>a</sup>, de Bilbao (CP 48011), según consta en la escritura otorgada el día 8 de febrero de 2013 por el Notario de Bilbao don José Ignacio Uranga Otaegui, con el número 265 de su protocolo.

Las partes, reconociéndose capacidad jurídica, competencia y legitimación suficientes para obligarse y a tal efecto suscribir el presente Acuerdo Marco de colaboración

## EXPONEN

1. Que el Instituto de Turismo de España (TURESPAÑA), en el ejercicio de las competencias que tiene atribuidas en materia de promoción turística en el exterior, pretende desarrollar acciones de marketing turístico que permitan mejorar el posicionamiento de los destinos turísticos españoles en los mercados internacionales y apoyar la comercialización de los productos turísticos españoles en el exterior. En este sentido, TURESPAÑA ha venido apoyando la marca «España Verde» desde 1989.

2. Que el grupo España Verde tiene entre los objetivos prioritarios de promoción turística la realización de acciones de marketing con objeto de mejorar el posicionamiento de los destinos y productos de la marca interregional de la España Verde.

3. Que todas las entidades citadas aprecian la necesidad de realizar conjunta y coordinadamente acciones orientadas a mejorar la eficacia y rentabilidad promocional de la España Verde.

4. Que todas las entidades están de acuerdo en establecer una colaboración continuada y duradera en torno a la promoción de los destinos, rutas y productos de la España Verde en mercados emisores internacionales.

Teniendo en cuenta lo anteriormente expuesto, las partes firmantes

## CONVIENEN

Estrechar sus relaciones, aunar esfuerzos y establecer los criterios de actuación que encaucen e incrementen, dentro del marco preestablecido, la colaboración en materia de promoción, de conformidad con las siguientes

## CLÁUSULAS

Primera. *Finalidad del Acuerdo Marco.*

La finalidad de este Acuerdo es el establecimiento de un marco de actuación para la colaboración entre TURESPAÑA, y la marca «España Verde» en actividades dirigidas a fortalecer el posicionamiento de los destinos y productos turísticos integrados en la marca.

Segunda. *Modalidades de colaboración.*

- a) Las acciones de promoción y apoyo a la comercialización podrán consistir en:
- Campañas de publicidad de imagen o producto de los destinos turísticos de la marca «España Verde», en medios convencionales y *online*.
  - Acciones con agentes de viajes y turoperadores: presentaciones, acciones formativas, viajes de familiarización, jornadas inversas, ferias profesionales.
  - Acciones con medios de comunicación: presentaciones, viajes de prensa.
  - Acciones dirigidas al consumidor final: campañas locales de marketing, acciones de marketing directo, ferias dirigidas al público final, redes sociales.
  - Intercambio e incorporación de contenidos en los respectivos portales web.
  - Cualesquiera otras acciones que las partes consideren oportunas, y teniendo siempre en cuenta las disponibilidades presupuestarias.

b) Cuantas otras fórmulas de actuación que sean consideradas de interés compartido, dentro de las disponibilidades de las partes y de las actividades que constituyen el objeto del presente Acuerdo Marco.

Las actuaciones concretas de desarrollo de los distintos marcos de actuación, referidos en las modalidades contempladas en la cláusula segunda, y definidas por la Comisión de seguimiento, se articularán a través de una propuesta de acciones para cada uno de los ejercicios en los que el Acuerdo Marco esté en vigor. Estas propuestas, por tipos de acción –definidos en la cláusula segunda– y ejercicio se incorporarán al plan operativo anual de Turespaña.

*Tercera. Ejecución con medios propios.*

Las actuaciones que se contemplan en este Acuerdo Marco se realizarán con los medios humanos y materiales de las partes, sin que en ningún caso impliquen transferencia de recursos entre éstas, ni compromiso de realización de gastos específicos derivados de aquel.

*Cuarta. Comisión de Seguimiento.*

Para facilitar la colaboración y coordinar las propuestas de acción, su seguimiento y cumplimiento, se constituirá una Comisión de Seguimiento.

La Comisión de Seguimiento se constituirá como órgano colegiado, con capacidad decisoria y ejecutiva, compuesto por un representante de cada una de las partes. La Comisión dictará sus normas internas de funcionamiento.

Entre sus funciones estarán:

1. Elaborar y aprobar en el marco de los planes operativos anuales de marketing las propuestas de acciones para cada uno de los ejercicios en que el Acuerdo Marco se encuentre en vigor.
2. Coordinar y dirigir las acciones concretas que se acuerde desarrollar.
3. Supervisar y controlar su ejecución y el cumplimiento de los objetivos y fines fijados.
4. Resolver las incidencias que pudieran surgir.

*Quinta. Vigencia, modificación y rescisión.*

El presente Acuerdo Marco tendrá vigencia desde su firma hasta el 31 de diciembre de 2020.

Las partes podrán modificar o denunciar el presente documento en cualquier momento de mutuo acuerdo. Cualquiera de las partes podrá, a su vez, denunciar el presente Acuerdo comunicándolo por escrito a las otras partes, con dos meses de antelación a la fecha en que vaya a darlo por terminado. En ambos casos deberán finalizarse las tareas de las propuestas de acción que estén en vigor.

*Sexta. Legislación aplicable y resolución de controversias.*

El presente Acuerdo se encuadra en el artículo 4.1.d) del Texto Refundido de la Ley de Contratos del Sector Público, aprobado por Real Decreto Legislativo 3/2011, de 14 de noviembre, y por tanto, excluido de su aplicación directa, si bien se aplicarán los principios de dicha Ley para resolver las dudas y lagunas que puedan presentarse.

El orden jurisdiccional contencioso-administrativo será el competente para resolver las controversias que surjan entre las partes.

En prueba de conformidad de cuanto antecede, firman por quintuplicado el presente Acuerdo en el lugar y fecha arriba indicados.–Por el Instituto de Turismo de España (Turespaña), Marta Blanco Quesada (por Delegación según la Resolución de 14 de febrero de 2014).–Por la Axencia de Turismo de Galicia, María Nava Castro

Domínguez.–El Consejero Delegado de la Sociedad Pública de Gestión y Promoción Turística y Cultural del Principado de Asturias, SAU, Julio Manuel González Zapico.–La Consejera de Innovación, Industria, Turismo y Comercio de Cantur S.A., Eva Bartolomé Arciniega.–La Vicepresidenta de la Sociedad Anónima Pública Basquetour, Itziar Epalza Urquiaga.