



## **PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS PARA LA CONTRATACIÓN DE CAMPAÑAS DE CO-MARKETING PROMOCIONAL ENTRE EL ITREM Y EMPRESAS DE TRANSPORTE DE PERSONAS Y/U OPERADORES TURÍSTICOS CON PRESENCIA EN EL MERCADO BRITÁNICO E IRLANDÉS QUE COMERCIALIZEN SERVICIOS DE TRANSPORTE Y OTROS SERVICIOS TURÍSTICOS COMPLEMENTARIOS CON DESTINO A LA REGIÓN DE MURCIA.**

### **1. Objeto del contrato.**

El artículo 10.16 de la «Ley Orgánica 4/1982, de 4 de junio, de Estatuto de Autonomía para la Región de Murcia» señala entre sus competencias exclusivas la promoción, fomento y ordenación del turismo en su ámbito territorial.

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 realiza diversos tipos de acciones promocionales, entre las que destaca la realización de campañas de publicidad a nivel nacional e internacional de los recursos y productos turísticos existentes, con la finalidad de dar a conocer la Costa Cálida-Región de Murcia como destino vacacional y aumentar el flujo de turistas que nos visitan.

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.

El objeto de esta licitación es llevar a cabo campañas de co-marketing promocional con el objetivo de 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 segmentos 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 segmentos emisores de la República de Irlanda.





El objeto general de este contrato es la ejecución de campañas de publicidad en régimen de Co-marketing entre el Instituto de Turismo de la Región de Murcia y empresas de transporte y/u operadores turísticos, **aportando cada uno de ellos el 50 por ciento del coste total**. 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.

## 2. Contenido y descripción del servicio.

Las empresas que concurren a esta licitación, tendrán que presentar un plan de co-marketing que incluya acciones tanto en sus canales propios como en medios externos y acorde tanto al segmento de actuación como al ámbito geográfico especificados en los lotes.

Para desarrollar estas propuestas, se han establecido los siguientes ámbitos geográficos y segmentos de actuación:

### - **Ámbito 1: Grandes ciudades Reino Unido y República de Irlanda – Segmento cosmopolita.**

Ámbito 1	Población	Nº turistas con destino la Región de Murcia. Año 2017*
Londres	7.172.000	207.563
Dublín	1.112.000	63.702
Birmingham	970.000	28.825
Glasgow	629.000	11.618
Leicester + Nottingham	624.000	48.528
<b>Total Ámbito 1</b>	<b>10.507.000</b>	<b>360.236</b>

(\* Fuente: Llegadas de viajeros a la Región de Murcia en vuelos internacionales desde los mercados de origen, AENA





- **Ámbito 2: Norte Reino Unido – Multisegmento**

Ámbito 2	Población	Nº turistas con destino la Región de Murcia. Año 2017*
Leeds	443.000	14.090
Edimburgo	430.000	7.483
Manchester	394.000	70.743
Bradford	293.000	14.090
Newcastle	189.000	8.792
<b>Total Ámbito 2</b>	<b>1.749.000</b>	<b>115.198</b>

(\*) Fuente: Llegadas de viajeros a la Región de Murcia en vuelos internacionales desde los mercados de origen, AENA

- **Ámbito 3: Sur Reino Unido – Multisegmento**

Ámbito 3	Población	Nº turistas con destino la Región de Murcia. Año 2017*
Bristol	420.000	39.833
Bournemouth	167.500	20.925
Southend-on-Sea	164.000	7.689
<b>Total Ámbito 3</b>	<b>751.500</b>	<b>68.447</b>

(\*) Fuente: Llegadas de viajeros a la Región de Murcia en vuelos internacionales desde los mercados de origen, AENA

Atendiendo a los ámbitos geográficos previamente establecidos, el servicio se adjudicará por lotes, según se detalla a continuación:

27/07/2018 11:15:54  
Firmante: FERNANDEZ DELGADO TOMAS, MANUEL  
27/07/2018 09:22:19  
Firmante: KAMPLADEX, KRISTIAN

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. Su autenticidad puede ser contrastada accediendo a la siguiente dirección: <https://sede.carm.es/verificardocumentos> e introduciendo el código seguro de verificación (CSV) db05f9a9-aa03-4508-52574283230





**LOTE 1. Empresas de transporte de personas y/u operadores turísticos con presencia en el mercado británico e irlandés que comercialicen servicios de transporte y otros servicios turísticos complementarios con destino a la Región de Murcia en campañas dirigidas al Ámbito 1:**

**Grandes ciudades de Reino Unido y República de Irlanda – Segmento cosmopolita.**

Presupuesto base de licitación del lote 1: 484.000,00 € IVA incluido, para dos años. No podrá invertirse cada año más de la mitad del precio de adjudicación del lote.

El presupuesto máximo de licitación que aporta el ITREM asciende a CUATROCIENTOS MIL EUROS (400.000,00 €), IVA excluido, que corresponde al 50% del valor total de la campaña de co-marketing que debe presentar el licitador en este lote, más el IVA aplicable a esa cantidad en España (21%) que será de OCHENTA Y CUATRO MIL EUROS (84.000,00 €).

**LOTE 2. Empresas de transporte de personas y/u operadores turísticos con presencia en el mercado británico e irlandés que comercialicen servicios de transporte y otros servicios turísticos complementarios con destino a la Región de Murcia en campañas dirigidas al Ámbito 2:**

**Norte de Reino Unido – Multisegmento.**

Presupuesto base de licitación del lote 2: 242.000,00 €, IVA incluido, para dos años. No podrá invertirse cada año más de la mitad del precio de adjudicación del lote.

El presupuesto máximo de licitación que aporta el ITREM asciende a DOSCIENTOS MIL EUROS (200.000,00 €), IVA excluido, que corresponde al 50% del valor total de la campaña de co-marketing que debe presentar el licitador en este lote, más el IVA aplicable a esa cantidad en España (21%) que será de CUARENTA Y DOS MIL EUROS (42.000,00 €).

**LOTE 3. Empresas de transporte de personas y/u operadores turísticos con presencia en el mercado británico e irlandés que comercialicen servicios de transporte y otros servicios turísticos complementarios con destino a la Región de Murcia en campañas dirigidas al Ámbito 3:**

**Sur Reino Unido – Multisegmento.**

Presupuesto base de licitación del lote 3: 121.000,00 €, IVA incluido, para dos años. No podrá invertirse cada año más de la mitad del precio de adjudicación del lote.





El presupuesto máximo de licitación que aporta el ITREM asciende a 100.000,00 €, IVA excluido, que corresponde al 50% del valor total de la campaña de co-marketing que debe presentar el licitador en este lote, más el IVA aplicable a esa cantidad en España (21%) que será de VEINTIUN MIL EUROS (42.000,00 €).

### 3. Información común a todos los lotes.

#### Reparto de la inversión publicitaria.

Los licitadores deberán diversificar la inversión en acciones de co-marketing de la siguiente manera:

- Al menos, el 55% del coste total de las acciones propuestas, irá destinado a medios externos de la empresa licitadora.
- El resto de la inversión podrá ir destinado a medios propios de la empresa licitadora.

#### Fechas de campaña:

Desde el 1 de enero 2019 hasta el 31 de diciembre 2020.

Las empresas que liciten a este procedimiento podrán ofertar soportes tales como:

#### Publicidad offline:

- Prensa y revistas.
- Radio.
- Televisión.
- Soportes de exterior (escaparates, mupis, lonas, etc).
- Otros soportes.

#### Publicidad online:

- Banners y display en diferentes soportes online.
- Social Ads en las principales redes sociales.
- Microsites/Landing Pages.
- Newsletter y otras formas de Marketing Directo.

#### La propuesta debe contener:

- Definición de un Plan Estratégico que contenga la propuesta de acciones a desarrollar.
- Plan táctico de acciones

Además el adjudicatario del servicio deberá tener en cuenta:





- Que es el responsable de enviar los originales y diseños definitivos a los soportes contratados. Y que no podrá entregar ningún material a los diferentes soportes, si no cuenta con la aprobación/autorización por escrito del ITREM.
- Que también tendrá la obligación de hacer un seguimiento del plan de Co-marketing y comprobar la correcta ejecución del mismo, velando en todo momento por los intereses del ITREM.
- Que deberá entregar informes de actividad mensuales, con comprobantes y certificados de la ejecución de las acciones publicitarias contratadas.

**Requisitos mínimos del equipo técnico:**

-La empresa licitadora deberá destinar un equipo técnico (mínimo de 3 personas y máximo de 5 personas) con la formación y experiencia suficiente para llevar a cabo la ejecución del servicio.

En Murcia, a fecha de la firma electrónica  
Kristian Kamplade  
Director Oficina Promoción ITREM

Manuel Fernández-Delgado Tomás  
Director Instituto de Turismo  
de la Región de Murcia

