



## INFORME DE NECESIDAD PARA CONTRATAR LA PLANIFICACIÓN, COMPRA Y EVALUACIÓN DE ESPACIOS PUBLICITARIOS EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN NACIONALES PARA PROMOCIONAR LOS RECURSOS TURÍSTICOS DE LA REGIÓN DE MURCIA DURANTE EL VERANO DE 2020

El Instituto de Turismo de la Región de Murcia es una entidad pública empresarial, dependiente de la Consejería de Turismo, Juventud y Deportes, encargada de 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 de la Comunidad Autónoma de Murcia.

Con el objetivo de potenciar el sector turístico regional y de posicionarlo como uno de los más competitivos del país, el ITREM lleva a cabo actividades y proyectos relacionados con la promoción de los distintos productos turísticos, la consolidación y búsqueda y puesta en valor de nuevos recursos que contribuyan a la diversificación de la oferta y a la reducción de la estacionalidad, acciones que fomenten un cambio de la percepción del destino, programas para la modernización y crecimiento de la planta hotelera, entre otras cosas.

Todos estos aspectos figuran entre los objetivos marcados en el Plan Estratégico de Turismo, que en los últimos dos años se ha venido desarrollando con resultados positivos para el sector turístico.

Los datos obtenidos durante 2019 son los siguientes:

### OCUPACIÓN EN ALOJAMIENTOS COLECTIVOS

Al finalizar el año 2019, las Encuestas de Ocupación del INE en alojamientos colectivos (hoteleros y extrahoteleros) siguen reflejando una tendencia alcista respecto a los resultados del año 2018 en la actividad turística de la Región de Murcia. De hecho, los registros agregados de 2019 para el conjunto de alojamientos turísticos regionales suponen una cota histórico tanto en el número de viajeros como en el de pernoctaciones. El número de viajeros alcanzó una cifra de 1.687.239, lo que supuso una tasa interanual de crecimiento del 4%. Las visitas de los turistas extranjeros aumentaron un 1,9% hasta alcanzar las 391.136, mientras que las de los residentes en España presentaron un crecimiento del 4,6%, hasta sumar 1.296.103.

### EMPLEO EN EL SECTOR TURÍSTICO REGIONAL

La dinámica positiva de la actividad turística está favoreciendo un crecimiento sostenido del empleo en este sector que ya alcanza 78 meses con tasas interanuales positivas. En el conjunto de actividades turísticas, la cifra de afiliados a la Seguridad Social alcanzó en 2019 un récord con 56.000 trabajadores (enero-noviembre 2019) y un crecimiento interanual del 4,1% (2.200 trabajadores más). La afiliación en las actividades de hostelería y agencias de viajes fue en 2019, en valor medio, de 42.746 trabajadores (enero-noviembre) en la Región de Murcia, una cifra un 4,1% superior a la de 2018.

El Plan Estratégico de Turismo de la Región de Murcia Horizonte 2030 establece como uno de sus principales retos la 'Mejora del posicionamiento de la marca Costa Cálida - Región de Murcia y de los productos turísticos regionales en la percepción tanto del cliente final como del profesional, para convertirse en un destino multiproducto y multiexperiencial los 365 días del año.

La nueva situación provocada por la crisis del Covid-19 pone de relieve la necesidad de una adaptación de las formas de trabajar y comunicar de los distintos agentes turísticos, teniendo





en cuenta las nuevas demandas de producto, las nuevas fórmulas de comercialización, las nuevas tipologías de clientes y los nuevos competidores.

Es preciso estimular la motivación de viaje y los planes de vacaciones en la nueva etapa que nos vamos a encontrar tras el final del confinamiento causado por la pandemia del COVID-19, ayudando a vencer el miedo a viajar y generando confianza con medidas y protocolos de seguridad para la vuelta a las experiencias presenciales.

Para ello, es fundamental en la consecución de este objetivo una campaña de promoción que aúne diferentes soportes publicitarios en medios de comunicación como son las cadenas de televisión y radio, como instrumento de información, promoción, comercialización y de formación de opinión y crítica, que nos ayude a construir una imagen de marca sólida y de confianza de cara al turista que pueda visitar la Región de Murcia, y que ayude a dar a conocer y posicionar a la Región de Murcia en los principales mercados nacionales e internacionales, dando visibilidad a los productos turísticos que más contribuyen al crecimiento del sector y a cambiar la percepción del destino en la mente del consumidor.

Desde el ITREM, proponemos dar continuidad a las campañas nacionales de años anteriores a través de una nueva iniciativa que complemente la comercialización del destino y contribuya a mejorar los datos turísticos. En este sentido, el Instituto de Turismo cree conveniente realizar una nueva campaña de comunicación que sitúe a la Región de Murcia como destino de vacaciones durante el verano de 2020 y no sólo desde el punto de vista de sol y playa, sino como destino cultural, gastronómico, de peregrinación, de turismo activo y deportivo...

Por ello, se hace necesaria la contratación de un servicio consistente en la planificación, compra y evaluación de espacios publicitarios en medios de comunicación nacionales durante 5 semanas a partir de la fecha de firma del contrato y siempre teniendo en cuenta el desarrollo de la situación actual. El objetivo es que esta campaña se desarrolle durante el verano con el fin de estar presentes a través de distintos canales de publicidad, que saldrán a concurso por lotes:

- LOTE 1: televisión
- LOTE 2: radio

En cuanto al posicionamiento del destino, a nivel nacional se incidirá más en vender la Región de Murcia como destino turístico, haciendo hincapié en los beneficios climatológicos, en los grandes recursos culturales y gastronómicos, en la Costa Cálida y el Mar Menor, en la posibilidad de desarrollar deporte durante todo el año y en todo lo que ofrece el destino en su conjunto a los turistas.

Los objetivos que se persiguen a nivel comunicación con esta campaña son los siguientes:

- Relanzar el destino a nivel nacional tras la situación post covid-19, con el sol y playa como producto turístico destacado y todas las actividades que es posible llevar a cabo como el buceo, el turismo náutico o el de naturaleza entre otros, acompañados de nuestro producto gastronómico 1.001 Sabores RM.
- Dar una imagen de destino seguro, bien comunicado por vía terrestre, especialmente por carretera y que ofrece una amplia oferta turística multiproducto, destacando que en la Costa Cálida, la temporada de verano se alarga más allá del mes de agosto.
- Reforzar el posicionamiento de la marca Costa Cálida-Región de Murcia en todo el territorio nacional.





Región de Murcia  
Consejería de Turismo,  
Juventud y Deportes

Instituto de Turismo de la Región de Murcia

- Promocionar la oferta turística del destino e incentivar las ventas en la temporada de verano, que en el caso de la Región de Murcia se alarga hasta los meses septiembre y octubre debido a los beneficios climatológicos de la zona.
- Retomar la presencia del destino Costa Cálida-Región de Murcia en los medios de comunicación nacionales.

El coste total de la campaña ascenderá a un máximo de 266.200€ de euros IVA incluido, cantidad económica que el Área de Comunicación ha previsto atendiendo a los precios de mercado según la experiencia adquirida años atrás a raíz de la ejecución de acciones similares y que se halla consignada en el presupuesto de 2020.

Y para que conste a los efectos oportunos, se emite este informe en Murcia a la fecha de la firma electrónica.

En Murcia, a fecha de la firma electrónica.

Violeta Pérez Fructuoso  
Jefe de Área de Comunicación  
Instituto de Turismo de la Región de Murcia.

