



INFORME DE NECESIDAD E IDONEIDAD PARA LA CONTRATACIÓN ESPECIAL DE SERVICIOS DE OPERADORES TURÍSTICOS NACIONALES PARA EL DESARROLLO DE ACCIONES DE CO-MARKETING PARA DAR VISIBILIDAD AL DESTINO Y GENERAR RESERVAS EN ESTABLECIMIENTOS TURÍSTICOS VACACIONALES UBICADOS EN LA COSTA DE LA REGIÓN DE MURCIA, ASÍ COMO ALARGAR LA TEMPORADA ALTA.

El Instituto de Turismo de la Región de Murcia 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 viene colaborando con distintos agentes del sector turístico para mejorar la comercialización de los productos turísticos regionales.

Debido a la situación que está atravesando el sector turístico por causa de la pandemia de COVID19 que ha supuesto el freno de la actividad turística regional en su totalidad, se considera necesaria la inmediata puesta en marcha de acciones de promoción y comercialización enfocadas a la reactivación del sector una vez finalizado el estado de alarma.

Por ello, dentro de las acciones que lleva a cabo el Instituto de Turismo de la Región de Murcia, está la realización de acciones de co-marketing para dar visibilidad al destino y generar reservas en establecimientos turísticos vacacionales ubicados en la costa de la Región de Murcia, así como alargar la temporada alta.

Dichas acciones se llevarán a cabo en régimen de co-marketing entre el ITREM y la empresa adjudicataria, aportando cada uno de ellos el 50 por ciento de su coste total. Por lo que el importe del lote adjudicado supondrá la mitad del valor de la campaña y la empresa adjudicataria deberá aportar acciones por el mismo valor creando así un plan de acciones global valorado por el total de ambas partes.

La nueva estrategia del Instituto de Turismo de la Región de Murcia para el año 2020, establece como principales retos aumentar la visibilidad de la “imagen de marca” del destino Costa Cálida Región de Murcia como destino vacacional para la temporada alta y de cara a alargar la temporada estival. Para ello se considera necesario realizar distintas acciones de comercialización y promoción en el mercado nacional, optimizando su productividad con respecto a las realizadas en años anteriores, considerándose apropiado sacar a licitación por lotes, la planificación estratégica global de la región como destino vacacional, que contemple todas las fases de la comercialización hasta su venta al cliente final.

La planificación y ejecución de la oferta ha de estar enmarcada, temporalmente en un período de 4 meses desde la firma del contrato.

La justificación para plantear la presente licitación por lotes consiste en la diversidad y especialización existente de operadores del sector turístico en relación con su tipo de



Región de Murcia
Consejería de Turismo,
Juventud y Deportes

Instituto de Turismo de la Región de Murcia

comercialización: por producto (paquetes o productos individuales), canal de venta (off-line y on-line), y/o cliente (público final o intermediarios); estando claramente definidas las características requeridas por el ITREM, las cuales admiten perfectamente la división en lotes del objeto del contrato, y considerando además más eficiente su ejecución de forma separada.

Estas acciones se deben realizar en colaboración con los distintos tipos de operadores que intervienen en la comercialización de los destinos vacacionales de la Región de Murcia, segmentando en relación a su mercado, producto y tipo de cliente, para que se adjudiquen y sean gestionadas por empresas que tengan experiencia en la venta y comercialización de productos turísticos, y principalmente, que sean conocedoras de los mercados en los que se va a realizar esta campaña.

Consideramos necesario establecer 4 lotes, con las siguientes categorías y un presupuesto base de licitación de 121.000,00 € IVA incluido para el conjunto de los lotes.

Lote 1: Prestación de servicios de **operadores B2B** que comercialicen **la oferta turística** de la Región de Murcia, **con venta online y/o offline** en el mercado nacional.

Presupuesto base de licitación del lote 1: 30.250,00 € IVA incluido.

Lote 2: Prestación de servicios de **operadores B2C** que comercialicen **la oferta turística** de la Región de Murcia, **con venta exclusiva online** dirigidos a **clientes finales** en el mercado nacional.

Presupuesto base de licitación del lote 2: 30.250,00 € IVA incluido.

Lote 3: Prestación de servicios de **operadores B2C con venta offline** que comercialicen la oferta turística de los destinos vacacionales de la Región de Murcia, a través de **agencias físicas y/o canales propios dirigidos al segmento familiar** en el mercado nacional.

Presupuesto base de licitación del lote 3: 30.250,00 € IVA incluido: 25.000,00 € IVA Excluido.

Lote 4: Prestación de servicios de **operadores B2C con venta offline** que comercialicen la oferta turística de los destinos vacacionales de la Región de Murcia, por parte de a través de **agencias físicas y/o canales propios especializados en paquetes (Alojamiento & Actividades)** en el mercado nacional.

Presupuesto base de licitación del lote 4: 30.250,00 € IVA incluido.

Y por todo lo expuesto el Director de la Oficina de Promoción emite el siguiente informe favorable en Murcia a fecha de la firma electrónica.

Kristian Kamplade

Director de la Oficina de Promoción

Instituto de Turismo de la Región de Murcia