



PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS PARA LA CONTRATACIÓN DE UN SERVICIO DE AGENCIA DE MEDIOS PARA LA PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA, COMPRA DE ESPACIOS PUBLICITARIOS Y EJECUCIÓN DE ACCIONES PUBLICITARIAS EN NUEVOS MERCADOS CON CONECTIVIDAD DIRECTA CON 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.

El Plan Estratégico de Turismo de la Región de Murcia 2015-2019, establece como principales retos la mejora de la percepción del turista de la “imagen de marca” del destino Costa Cálida - Región de Murcia como un destino de vacaciones, tanto de cara a la temporada estival como al resto del año, para lo que es necesario llevar a cabo campañas de publicidad tanto a nivel nacional como internacional que posicionen el destino en la mente del consumidor.

De cara a los próximos 3 años y ante la entrada en funcionamiento del nuevo aeropuerto internacional de la Región de Murcia, el ITREM pretende promocionar el destino Costa Cálida-Región de Murcia en distintas ciudades o regiones españolas y del resto de Europa durante los años 2019, 2020 y 2021, que ofrezcan una nueva conectividad hacia este destino.

En base a lo anterior, el objeto del presente pliego es la contratación de un servicio de agencia para la planificación estratégica, compra de espacios y ejecución de acciones publicitarias en ciudades o regiones europeas con las que se establezcan nuevas conectividades aéreas directas con la Región de Murcia.





Esta contratación se llevará a cabo a través de 6 LOTES, uno para cada mercado de dentro del continente europeo, con un presupuesto máximo de licitación de 150.000 euros IVA excluido por lote y plazo de ejecución de un año. Está prevista la ampliación del contrato con dos prórrogas hasta el año 2021, con el mismo objeto, duración e importe, para lo cual existe crédito adecuado y suficiente, de conformidad con el Acuerdo de autorización del gasto adoptado por el Consejo de Gobierno de la Región de Murcia, en su reunión de fecha 20 de junio de 2018.

Los lotes y mercados se detallan a continuación:

Lote	Mercado	Presupuesto	Presupuesto con IVA
1	Barcelona	150.000	181.500
2	Copenhague	150.000	181.500
3	Asturias	150.000	181.500
4	Roma	150.000	181.500
5	París	150.000	181.500
6	Düsseldorf	150.000	181.500
		900.000	1.089.000

2. CONTENIDO Y DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO.

Las empresas que concurran a este procedimiento deberán prestar los siguientes servicios:

- Estrategia y elaboración de un plan de medios para promocionar la Región de Murcia en las ciudades o regiones mencionadas anteriormente durante el año 2019, con posibilidad de continuidad en 2020 y 2021.
- Planificación táctica, compra de espacios, gestión y ejecución de la planificación realizada, siempre bajo la aprobación y supervisión del ITREM.
- Evaluación y justificación de todas las acciones llevadas a cabo en el plan de medios.

3. INFORMACIÓN COMÚN A TODOS LOS LOTES.

3.1 REPARTO DE LA INVERSIÓN PUBLICITARIA.

En cuanto al tipo de acciones publicitarias, las agencias de medios diversificarán la inversión publicitaria de la siguiente manera:





- 45% en acciones de branding y comercialización en canales B2C (business to customer) de líneas aéreas. En el caso de que en 2019 no exista una nueva conectividad aérea con el mercado objetivo, este 45% se invertirá en canales de comercialización turística que vendan el destino Costa Cálida-Región de Murcia en dicho mercado.
- 55% en acciones publicitarias en medios de comunicación y/o soportes publicitarios.

El propósito de este reparto es diversificar la inversión publicitaria de tal modo que se consigan dos objetivos, por un lado, posicionar a la Región de Murcia en el mercado con el que se establezca una nueva conectividad y por otro fomentar las ventas de viajes hacia la Región de Murcia a corto plazo.

3.2 FECHAS DE CAMPAÑA.

- Publicidad B2C: a partir del 1 de febrero hasta el 15 de octubre de 2019.
- Publicidad en origen: desde el 1 de enero hasta el 31 de octubre 2019.

3.3 SOPORTES.

Las agencias de medios que liciten a este procedimiento podrán ofertar soportes tales como:

a) Publicidad en canales B2C

- Acciones de marketing directo:
 - Newsletters exclusivas de la Región de Murcia.
 - Presencia de ofertas de la Región de Murcia en newsletters genéricas del canal B2C.
- Publicidad en medios digitales.
 - Banners.
 - Branded content.
- Acciones en redes sociales.

b) Publicidad en origen

- Offline
 - Prensa y revistas.
 - Radio.
 - Soportes de exterior (vallas, mupis, lonas, etc).
 - Otros soportes.
- Online
 - SEM (Search Engine Marketing).
 - Banners y display.
 - Social Ads.





3.4 CONTENIDO DE LA PROPUESTA.

La propuesta debe contener:

1. Estrategia de acciones de branding y comercialización en canales B2C (45% del total de la inversión). El licitador deberá desarrollar una única estrategia que deberá ser válida tanto para canales B2C de líneas aéreas como para canales de empresas de comercialización turística.

El licitador deberá señalar que tanto por ciento de la inversión destinará a:

- Acciones de marketing directo.
- Publicidad en medios digitales.
- Acciones en redes sociales.

Nota: esta propuesta debe ser únicamente estratégica. El desarrollo y la planificación táctica se detallarán una vez adjudicado el servicio y conocido el operador u operadores de la nueva conectividad directa hacia la Región de Murcia. En su defecto, en caso de no conocerse ninguno a fecha 31 de enero de 2019, las acciones se ejecutarán en canales de empresas de comercialización turística que vendan el destino Costa Cálida-Región de Murcia.

2. Estrategia y planificación táctica de acciones para posicionar el destino Costa Cálida - Región de Murcia en los mercados señalados en el punto 1 de este pliego, en los se prevé que se establezca la nueva conectividad (55% de la inversión). En esta parte de la propuesta sí que se deberá detallar el plan de medios, incluyendo los soportes seleccionados, el calendario de acciones, los formatos propuestos...

3.5 OBLIGACIONES DEL ADJUDICATARIO.

El adjudicatario del servicio:

- Será el responsable de enviar los originales y diseños definitivos a los soportes contratados. No podrá entregar ningún material a los diferentes soportes si no cuenta con la aprobación por escrito del ITREM.
- También tendrá la obligación de hacer un seguimiento del plan de medios y comprobar la correcta ejecución del mismo, velando en todo momento por los intereses del ITREM.
- Entregar informes de actividad mensuales, con comprobantes y certificados de la ejecución de las acciones publicitarias contratadas.





4. REQUISITOS MÍNIMOS.

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

Cada integrante de este equipo mínimo, deberá contar con una experiencia de al menos 3 años en la realización de trabajos similares a los que se pretenden contratar.

En Murcia, a fecha de la firma electrónica.

Kristian Kamplade

Manuel Fernández-Delgado Tomás

Director Oficina Promoción

Director General

Instituto de Turismo de la Región de Murcia

Instituto de Turismo de la Región de Murcia

