

**PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS 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 TURISTICOS VACACIONALES UBICADOS EN LA COSTA DE LA REGIÓN DE MURCIA, ASÍ COMO ALARGAR LA TEMPORADA ALTA.**

**1. OBJETO.**

El presente pliego tiene por objeto la selección de empresas 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, según los siguientes lotes y categorías:

**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. 25.000,00 € IVA Excluido.

**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. 25.000,00 € IVA Excluido.

**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. 25.000,00 € IVA Excluido.  
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: 25.000,00 € IVA Excluido.

**1.2.1 Objetivos estratégicos**

La estrategia debe estar orientada a potenciar la cuota de negocio del licitador en el territorio de la Región de Murcia, impulsando el volumen de negocio en destinos turísticos ubicados en la Costa Cálida, especialmente en la zona del Mar Menor. Se considera igualmente importante la mejora de la notoriedad de la marca Costa Cálida Región de Murcia en el mercado nacional y la mejora del conocimiento del producto en la red de ventas. Asimismo, se considera fundamental dinamizar y potenciar la promoción y comercialización de la oferta turística vacacional del licitador en el territorio de la Región de Murcia durante todo el periodo de ejecución.

Por todo lo mencionado anteriormente, se utilizarán distintos objetivos:

### **Objetivo 1**

Comercialización del destino. Utilizando un baremo de medición (establecidos en los criterios de valoración incluidos en el Pliego de Prescripciones Administrativas) de clientes distribuidos en establecimientos turísticos vacacionales ubicados en la costa de la Región de Murcia, se valorará, en el conjunto de las propuestas presentadas un objetivo prioritario en función del número de pax, pernoctaciones y facturación.

La propuesta tanto de pax, como de pernoctaciones y facturación deberán ir referidas a los cuatro meses siguientes a la fecha de finalización del plazo de presentación de ofertas.

### **Objetivo 2**

Gestión de paquetes dinámicos. La Región de Murcia como destino integral y oferta variada en todos sus segmentos y tipologías turísticas, cuenta con una amplia gama de productos turísticos y actividades para la creación de paquetes dinámicos vacacionales donde el turista pueda realizar una mejor gestión y planificación de su viaje.

#### **1.2.2 Objetivos tácticos**

Desarrollo de acciones tácticas conjuntas definidas mediante un plan de acción que incluya las más modernas herramientas y canales para la obtención de la máxima rentabilidad de la inversión y consecución de los objetivos estratégicos. La enumeración de tipología de acciones a incluir que se describe en cada lote es meramente orientativa, pudiendo el licitador proponer las acciones que considere oportunas para el mejor beneficio del proyecto.

## **2. PRESCRIPCIONES TÉCNICAS: DESCRIPCIÓN DE LOS TRABAJOS A REALIZAR SEGÚN LOTE.**

**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.

#### **Objetivos estratégicos:**

- Mejorar e incrementar la presencia y comercialización de la oferta turística vacacional de la Región de Murcia en el mercado nacional.
- Promover los valores positivos de la marca y la reputación online y/o offline de la Región de Murcia en el mercado nacional.
- Promocionar los contenidos / productos turísticos de [www.murciaturistica.es](http://www.murciaturistica.es)
- Potenciar la facturación y volumen de tráfico turístico a la Región (nº de pernoctaciones y nº de pax) durante todo el periodo de ejecución según los objetivos estratégicos.
- Posicionamiento online nacional.

#### **Acciones:**

- Promover y dar visibilidad a contenidos experienciales, relacionado con la esencia del destino (fotos, videos, y otro contenido multimedia) además de la difusión de los diferentes spots de Costa Cálida Región de Murcia.
- Promocionar la oferta vacacional existente de la Región de Murcia, en el canal de venta online y/o offline.
- Acciones dirigidas a potenciar la facturación, nº de pax y nº de pernoctaciones en las reservas de la oferta vacacional de la Región de Murcia en el mercado nacional.
- Dinamizar los perfiles de RRSS oficiales de Costa Cálida Región de Murcia.
- Creación y gestión de campañas de publicidad digitales y tradicionales conjuntas tanto en medios externos como en medios internos propios del operador (prensa, revistas, publicidad exterior etc.)
- Publicidad en catálogos genéricos y específicos, etc.
- Acciones de marketing directo (newsletter, mailing...)
- Acciones en RRSS.
- Landing page exclusiva del destino/producto.
- Banners y destacados en la homepage del operador y en medios externos, tanto con imágenes promocionales como con ofertas de producto que incluya un "precio desde".
- Acciones de formación con webinars para agentes de viajes del operador si procede.

Especificaciones: En este lote se valorarán especialmente la realización de una landing page exclusiva, destacados en la homepage del operador, webinars formativos a los técnicos (si procede) y las acciones en RRSS así como la visibilidad y notoriedad del destino y la inclusión de acciones innovadoras y diferenciadoras en general. Se valorará positivamente la creatividad de las acciones online que aumenten las impresiones, clics y ratio de conversión.

ADEMAS SE VALORARÁ QUE EL CALENDARIO DE ACCIONES ABARQUE LOS CUATRO MESES COMPLETOS A PARTIR DE LA FIRMA DEL CONTRATO, PUDIENDO ESTABLECERSE OLEADAS O FASES DE MAYOR INTENSIDAD SEGÚN LA ESTRATEGIA DEFINIDA, Y QUE LAS ACCIONES PROPUESTAS SE REPARTAN EN EL CALENDARIO TENIENDO EN CUENTA LA DEMANDA DEL MERCADO.

**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.

Objetivos estratégicos:

- Mejorar e incrementar la presencia y comercialización de la oferta turística vacacional de la Región de Murcia dirigidos al cliente nacional.
- Promocionar y comercializar la oferta turística vacacional del destino.
- Promover los valores positivos de la marca y la reputación online de la Región de Murcia en su globalidad.
- Promocionar los contenidos / productos turísticos de [www.murciaturistica.es](http://www.murciaturistica.es)
- Potenciar la facturación y volumen de tráfico turístico a la Región (nº de pernoctaciones y nº de pax) durante todo el periodo de ejecución según los objetivos estratégicos
- Posicionamiento online nacional.

Acciones:

- Promover y dar visibilidad a contenidos experienciales, relacionado con la esencia del destino (fotos, videos, y otro contenido multimedia) además de la difusión de los diferentes spots de Costa Cálida Región de Murcia.
- Promocionar la oferta turística vacacional existente de la Región de Murcia en el canal de venta online.
- Acciones dirigidas a potenciar la facturación, nº de pax y nº de pernoctaciones en las reservas de la oferta vacacional de la Región de Murcia en el mercado nacional.
- Dinamizar los perfiles de RRSS oficiales de Costa Cálida Región de Murcia.
- Creación y gestión de campañas de publicidad digitales conjuntas tanto en medios externos como en medios internos propios del operador (prensa, revistas, etc.)
- Publicidad online y en catálogos.
- Acciones de marketing directo (tarjetas fidelización de clientes, newsletter, mailing...)
- Acciones en RRSS.
- Landing page exclusiva del destino/producto.
- Banners y destacados en la homepage del operador y en medios externos, tanto con imágenes promocionales como con ofertas de producto que incluya un “precio desde”.

Especificaciones: En este lote se valorarán especialmente la realización de campañas de publicidad digitales, acciones en RRSS así como la visibilidad y notoriedad del destino y la inclusión de acciones innovadoras y diferenciadoras en general. Se valorará positivamente la creatividad de las acciones online que aumenten las impresiones, clics y ratio de conversión. ADEMÁS SE VALORARÁ QUE EL CALENDARIO DE ACCIONES ABARQUE LOS CUATRO MESES COMPLETOS A PARTIR DE LA FIRMA DEL CONTRATO, PUDIENDO ESTABLECERSE OLEADAS O FASES DE MAYOR INTENSIDAD SEGÚN LA ESTRATEGIA DEFINIDA, Y QUE LAS ACCIONES PROPUESTAS SE REPARTAN EN EL CALENDARIO TENIENDO EN CUENTA LA DEMANDA DEL MERCADO.

**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.

Objetivos estratégicos:

- Promover y dar visibilidad a la oferta turística vacacional para el segmento familiar disponible para potenciar el volumen de ventas.
- Mejorar e incrementar la comercialización y venta en el territorio nacional del producto destinado a familias en la Región de Murcia durante todo el periodo de ejecución.
- Posicionamiento online nacional.
- Colaboración en la estrategia de comunicación de la marca Costa Cálida Región de Murcia en su globalidad, haciendo especial énfasis en el producto familiar.
- Potenciar la facturación y volumen de tráfico turístico a la Región (nº de pernoctaciones y nº de pax) durante todo el periodo de ejecución según los objetivos estratégicos

Acciones:

- Creación y gestión de campañas de publicidad digitales y/o tradicionales conjuntas en medios internos propios del operador y en medios externos, dirigidas a promocionar la oferta familiar de la Región de Murcia.
- Publicidad en catálogos genéricos y específicos, escaparates, pantallas, poster
- Acciones de marketing directo (tarjetas fidelización de clientes, newsletter, mailing...)
- Acciones de formación con el objetivo de que los agentes de viajes sean los mejores embajadores de la Región de Murcia para sus clientes.
- Acciones en RRSS.
- Landing page exclusiva del destino/producto.

- Banners y destacados en la homepage del operador y en medios externos, tanto con imágenes promocionales como con ofertas de producto que incluya un “precio desde”.

Especificaciones: En este lote se valorarán especialmente la variedad de oferta enfocada al segmento familiar así como la realización de acciones que aumenten la visibilidad del destino, campañas de publicidad digitales y/o tradicionales en canales propios o red de agencias de viajes, los webinars y las acciones en RRSS. Así como notoriedad del destino y la inclusión de acciones innovadoras y diferenciadoras en general. Se valorará positivamente la creatividad de las acciones online que aumenten las impresiones, clics y ratio de conversión.

ADEMAS SE VALORARÁ QUE EL CALENDARIO DE ACCIONES ABARQUE LOS CUATRO MESES COMPLETOS A PARTIR DE LA FIRMA DEL CONTRATO, PUDIENDO ESTABLECERSE OLEADAS O FASES DE MAYOR INTENSIDAD SEGÚN LA ESTRATEGIA DEFINIDA, Y QUE LAS ACCIONES PROPUESTAS SE REPARTAN EN EL CALENDARIO TENIENDO EN CUENTA LA DEMANDA DEL MERCADO.

**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.

Objetivos estratégicos:

- Promover y dar visibilidad a la oferta de alojamientos y actividades complementarias de los productos vacacionales disponibles para potenciar el volumen de ventas en los paquetes ofertados.
- Mejorar e incrementar la comercialización y venta en territorio nacional de la Región de Murcia como destino vacacional y de actividades.
- Colaboración en la estrategia de comunicación de la marca Costa Cálida Región de Murcia en su globalidad.
- Potenciar la facturación y volumen de tráfico turístico a la Región (nº de pernотaciones y nº de pax) durante todo el periodo de ejecución según los objetivos estratégicos.

Acciones:

- Creación y gestión de campañas de publicidad digitales y/o tradicionales conjuntas en medios internos propios del operador y en medios externos, (prensa, revistas, publicidad exterior etc.), dirigidas a promocionar la oferta turística en paquetes de alojamiento y actividades de la Región de Murcia.
- Publicidad en catálogos genéricos y específicos, escaparates, pantallas, poster, etc.
- Acciones de marketing directo (tarjetas fidelización de clientes, newsletter, mailing...)

- Acciones en RRSS.
- Landing page exclusiva del destino/producto.
- Banners y destacados en la homepage del operador y en medios externos, tanto con imágenes promocionales como con ofertas de producto que incluya un “precio desde”.

Especificaciones: En este lote se valorarán especialmente la variedad de oferta de paquetes de alojamiento y actividades así como la realización de acciones que aumenten la visibilidad del destino, campañas de publicidad digitales y/o tradicionales en canales propios o red de agencias de viajes y las acciones en RRSS. Así como la visibilidad y notoriedad del destino y la inclusión de acciones innovadoras y diferenciadoras en general.

ADEMÁS SE VALORARÁ QUE EL CALENDARIO DE ACCIONES ABARQUE LOS CUATRO MESES COMPLETOS A PARTIR DE LA FIRMA DEL CONTRATO, PUDIENDO ESTABLECERSE OLEADAS O FASES DE MAYOR INTENSIDAD SEGÚN LA ESTRATEGIA DEFINIDA, Y QUE LAS ACCIONES PROPUESTAS SE REPARTAN EN EL CALENDARIO TENIENDO EN CUENTA LA DEMANDA DEL MERCADO.

### **3. ALCANCE DE LOS TRABAJOS A REALIZAR**

#### Fase 1: Fase de análisis, estudios y redacción de informes de situación.

- Análisis exhaustivo de posicionamiento actual de los productos turísticos de la Región de Murcia.
- Estudio de clientes segmentado por perfiles identificándolos con los diferentes lotes propuestos en la contratación.

#### Fase 2: Planificación estratégica:

- Definición de un plan estratégico, así como un completo calendario de acciones. La empresa adjudicataria realizará los trabajos de planificación, gestión, control y seguimiento de las campañas que se decidan iniciar.

#### Fase 3: Trabajos de ejecución, control y seguimiento:

- Control e implementación de las acciones propuestas.
- Apoyo en la implementación de los planes definidos.
- Informe de cumplimiento de objetivos: número de pax, (especificando en que establecimientos de la Región), de pernoctaciones y facturación realizada durante el periodo de la ejecución de las acciones, a justificar según formato facilitado por el ITREM, clics e impresiones (estos dos últimos solo para el lote número 2). No obstante, el adjudicatario deberá aportar cualquier otro dato que le sea requerido por el ITREM. Este informe de cumplimiento de objetivos se presentará junto con el informe de cumplimiento de actuaciones.
- Informe de cumplimiento de actuaciones (creatividades, actuaciones de promoción, fotografías y pruebas varias). Además, dependiendo del tipo de acción que nos ocupe, se incluirán: número de envíos y ratio de apertura en el caso de newsletters; alcance, número de visualizaciones, interacciones, likes, compartidos, etc. para acciones en RRSS; y número de clics e impresiones para todas aquellas acciones online.

Estos 2 informes, con todos los datos que se solicitan, serán imprescindibles para poder proceder al pago de la factura correspondiente y se presentarán a la finalización de la ejecución de todas las acciones.

#### **4. EVALUACIÓN Y SEGUIMIENTO.**

La/s empresa/s adjudicataria/s presentarán, durante la ejecución del contrato y a requerimiento del ITREM, informes de seguimiento del efectivo cumplimiento porcentual de los objetivos indicados en su oferta.

Estos informes de seguimiento son independientes de los informes finales de cumplimiento de objetivos y de cumplimiento de actuaciones señalados en el punto anterior.

Murcia a fecha de la firma electrónica.

**Kristian Kamplade**

**Director Oficina Promoción  
Instituto de Turismo de la Región de Murcia.**