PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS PARA LA CONTRATACIÓN POR LOTES DE UN SERVICIO CONSISTENTE EN LA PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA, COMPRA DE SOPORTES PUBLICITARIOS DIGITALES Y EJECUCIÓN DE UNA CAMPAÑA DE PUBLICIDAD ONLINE INTERNACIONAL EN DIFERENTES PAÍSES EUROPEOS, CON EL FIN DE PROMOCIONAR LA COSTA CÁLIDA – REGIÓN DE MURCIA COMO DESTINO TURÍSTICO.

1. OBJETO:

El presente pliego tiene por objeto determinar los aspectos técnicos y los criterios de valoración.

2. OBJETIVO Y ESTRATEGIA DE LA CAMPAÑA.

La presente campaña tiene como objetivos posicionar a través de medios digitales a la Costa Cálida Región de Murcia en los mercados internacionales, como un destino de vacaciones tanto de cara a la temporada estival como al resto del año.

Para ello, la creatividad de la campaña vinculará el concepto **Costa Cálida Te hace feliz** con los principales productos turísticos de la Región de Murcia. En cada mercado se promocionarán unos productos concretos, teniendo en cuenta el perfil de estos turistas.

El público objetivo de nuestra campaña son personas de 20 años en adelante con capacidad de viajar.

3. SOPORTES Y MERCADOS OBJETIVOS:

La campaña se podrá adjudicar por lotes, siendo los países en los que se ha de desarrollar los siguientes:

LOTE 1: REINO UNIDO

- Productos a promocionar:
    - sol y playa vacacional
    - golf
    - náutico
    - buceo
- URL destino www.murciaturistica.es/en
- Presupuesto base de licitación 123.966,94 € IVA excluido. **150.000,00 € IVA incluido**

LOTE 2: SUECIA

- Productos a promocionar:
    - sol y playa vacacional
    - golf
    - salud y belleza
    - senior
- URL destino www.murciaturistica.es/en
- Presupuesto base de licitación 123.966,94 € IVA excluido. **150.000,00 € IVA incluido**

Para atender a las obligaciones económicas que se deriven de este contrato, está prevista la consignación presupuestaria y crédito adecuado y suficiente de fondos propios con cargo al presupuesto de ITREM para los ejercicios 2016 y 2017 en los que se debe realizar la ejecución del gasto, de acuerdo con el correspondiente expediente de retención de crédito RP255 (expediente presupuestario PU-5007) por un importe total de (300.000,00) IVA incluido.

4. INFORMACIÓN Y CONDICIONES TÉCNICAS COMUNES A TODOS LOS LOTES.

A - Duración de la campaña

La campaña en cada uno de los países anteriores se desarrollará durante los meses de noviembre y diciembre de 2016 y enero, febrero y marzo de 2017. Se han elegido estas fechas porque el objetivo de la campaña es llamar la atención de los turistas extranjeros en el momento en que se hallan en la decisión de compra previa a las vacaciones.

B - Estrategia y planificación de medios

El licitador deberá presentar una memoria explicativa para cada uno de los lotes, que contenga la estrategia de medios, así como la planificación táctica propuesta para alcanzar los objetivos de la campaña.

Debe tenerse en cuenta que la memoria es un ejercicio que permitirá valorar la capacidad de los licitadores para desarrollar el objeto del contrato. El contenido mínimo de esta memoria deberá ser el siguiente:

A. Análisis resumido de situación de la Región de Murcia en el país.

B. Objetivos estratégicos globales y por cada uno de los mercados.

C. Estrategia digital que pudiera determinarse en cada mercado y propuesta de distribución del presupuesto.

D. Plan táctico de la estrategia.

E. Estimación de resultados de la campaña.

Especificaciones técnicas:

Publicidad online - Medios y formatos:

- **Banners RTB Display** en sites de viajes y turismo, prensa y revistas digitales, sites de meteorología, estilo de vida.
- **Banners Display comprados a CPC** en sites de viajes y turismo, prensa y revistas digitales, sites de meteorología, estilo de vida.
- **Vídeo Campaña Display CPV**
- **Posicionamiento SEM (Google).** Campañas de Search y de Display que deben incluir un número de clics mínimo garantizado.
- **Redes Sociales:** La propuesta deberá incluir publicidad del destino en la red o redes sociales más utilizadas en cada uno de los mercados, teniendo en cuenta que en la actualidad no contamos con perfiles en idiomas.

Datos a tener en cuenta para todos los soportes solicitados:

- Posicionamiento de los sites en los ranking oficiales (Comscore).
- Calendario y óptico de las campañas.
- Indicar el número de clics comprados a través de los distintos formatos, así como las impresiones estimadas para conseguirlos.
- Indicar el número de impresiones compradas a través de los distintos formatos, así como como la estimación de clics.
- Estimación de resultados de la campaña en cada mercado. Las propuestas que no incluyan este apartado, no podrán ser valoradas.

Importante: las estimaciones han de ajustarse lo máximo posible a los resultados finales.

C - Otros servicios relacionados con la estrategia y compra de medios:

- El seguimiento periódico de la ejecución de la campaña (informes mensuales).
- Informe final de resultados y evaluación de la campaña.

En Murcia, a 21 de septiembre de 2016

Instituto de Turismo de la Región de Murcia

VBº

Violeta Pérez Fructuoso
Jefe Área de Comunicación
Instituto de Turismo

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