



Bases para la contratación del servicio para la elaboración de un Plan de Promoción y Comunicación digital para comercializar del producto “CICLOTURISMO EN LA REGION DE MURCIA” en nuestros medios propios Web y RRSS 2024/2025 (parte de la Operación FEDER “ITREM-14- Estrategias para incrementar la competitividad y mejorar el posicionamiento digital – Proyecto 50340”)

1. Objeto

El ITREM tiene como línea de trabajo dentro del programa FEDER 2021-2027, dotar a las empresas turísticas de herramientas que incrementen su competitividad, aumenten la comercialización y mejoren el posicionamiento on line del producto turístico, usando para ello los canales institucionales para potenciar la promoción y comercialización del producto.

Con esta premisa, el objetivo del presente contrato es incrementar la difusión del cicloturismo en la Región de Murcia en los medios de comunicación generalistas y específicos de producto, así como mejorar el posicionamiento digital de la oferta de cicloturismo a través de nuestro escaparate institucional www.turismoregiondemurcia.es. Para ello el ITREM estima conveniente realizar una campaña de marketing digital, para lo cual es necesaria la elaboración de **creatividades y todo tipo de contenidos**.

2. Perfil del turista de cicloturismo

A/CICLOTURISMO/ALFORJAS (familiar, parejas, grupos pequeños de amigos, seniors)

CICLOTURISMO

- Distancia media diaria entre 40 y 55km. Dificultad entre baja y media. La dificultad elevada suele asociarse a una distancia media superior.
- Cliente que busca rutas o paseos en bici más relajado, sin tener gran experiencia, solo el saber usar una bici, no requiere estar en forma.
- Aplicable a todos los perfiles. Disfrutando del recorrido, atracciones turísticas naturales, cultura y gastronomía.
- Normalmente son estancias de fines de semana o hacen rutas señalizadas/homologadas.
- Las estancias de 3 días se suelen realizar durante los fines de semana.
- Tipo de Bicicletas: paseo, ebike, gravel y trekking.

CICLOTURISMO DE ALFORJAS

- La estancia media del público nacional oscila entre 3 y 7 días. En cambio, la mayoría de productos dirigidos a público internacional suele ser de 7-8 días de duración.
- Clientes que buscan rutas largas, señalizadas o no, buscando los elementos patrimoniales más relevantes del territorio.
- Distancia media diaria a partir de 45km. El nivel de dificultad puede ser muy elevado.

MARTINEZ BALLESTER, MARIA DEL MAR
26/07/2024 13:46:57
Esta es una copia auténtica imprimible de un documento electrónico administrativo archivado por la Comunidad Autónoma de Murcia, según artículo 27.3.c) de la Ley 39/2015. Los firmantes y las fechas de firma se muestran en los recuadros. Su autenticidad puede ser contrastada accediendo a la siguiente dirección: <https://sede.carm.es/verificardocumentos> e introduciendo el código seguro de verificación (CSV) CARM-54eb24c-4b44-59e8-3db4-0050569b3467





- Tipo de bicicleta. Trekking, muscular o eléctrica.

Producto Región de Murcia a promocionar: Vías Verdes de la Región de Murcia, EuroVelo 8 y Camino de Levante.

B. TURISMO DEPORTIVO

TURISMO DE BICICLETA DE MONTAÑA/BTT:

- Nivel de dificultad medio -alto (los desniveles tienen gran importancia en esta categoría). Se desarrolla en pistas o senderos de montaña.
- Riesgo y aventura son las principales motivaciones de las personas que lo practican. Perfil de cliente que planea, en un mayor porcentaje, viajes y actividades en la naturaleza. Siente preferencia por el turismo rural, camping, caravana o furgoneta.
- La estancia media del público nacional oscila entre 3 y 5 días (coincidiendo con fines de semana, puentes y festivos). En cambio, la mayoría de productos dirigidos a público internacional suele ser de 7 días de duración.
- Usuarios muy exigentes (sus bicicletas son su bien más preciado), saben muy bien lo que quieren. Están acostumbrados a destinar altos presupuestos a todo lo relacionado con la actividad (bicicletas, ropa técnica, viajes, componentes para la bici, etc).
- Buscan destinos de interior y costa con montañas y paisajes espectaculares.
- La gran mayoría son usuarios masculinos con familia (en los últimos 3-4 años se observa mayor crecimiento en el público femenino), grupos de amigos de entre 35 y 60, un poco más jóvenes que los de carretera.

Producto Región de Murcia: Espubike y Rutas certificadas IMBA de Mazarrón.

TURISMO DE BICICLETA DE CARRETERA/ROAD

- Nivel de dificultad medio -alto.
- Las estancias oscilan entre 4 y 8 días, siendo 7 días la duración más común.
- Se desarrolla en colinas o llanuras, pero siempre sobre asfalto.
- Competitividad, esfuerzo y superación son las principales motivaciones de las personas que practican esta modalidad.
- Proyección más internacional.
- Los destinos por excelencia en España, por este orden son: Mallorca, Calpe, Girona y Tenerife.
- Grupos de amigos, clubes amateurs y profesionales. Otras regiones están más adaptadas para profesionales.

Producto Región de Murcia: Sierra Espuña (Espuroad), Águilas, Valle de Ricote y Cartagena.





3. Objetivo de la campaña

- Posicionar a la Región de Murcia como como destino cicloturista de primer orden a nivel nacional e internacional.
- Dar a conocer los atractivos paisajísticos (contraste entre mar y montaña) de la Región de Murcia para la práctica de cicloturismo.
- Invitar al público objetivo a visitar la Región de Murcia para la práctica de cicloturismo.

4. Periodo de la campaña

Esta contratación se deberá desarrollar durante el último cuatrimestre de 2024.

La campaña resultante de la presente contratación será utilizada durante los años 2025, 2026 y 2027.

5. Público objetivo de la campaña:

- Visitantes o turistas que organizan sus vacaciones y escapadas en torno a la bicicleta.
- Turistas que durante sus vacaciones utilizan la bicicleta como una experiencia o actividad de turismo activo.

6. Propuesta creativa

Las empresas deberán presentar una propuesta para realizar una campaña de publicidad que dé a conocer la Región de Murcia como destino de cicloturismo.

Para esta campaña, el Instituto de Turismo de la Región de Murcia prevé poder contar con un embajador de reconocido prestigio nacional e internacional en el mundo del ciclismo, nacido en la Región de Murcia.

La propuesta deber incluir:

- **Línea de comunicación y creatividad de la campaña** con ejemplos gráficos y argumentario que resuma la propuesta que posteriormente se desarrollará en caso de ser adjudicada en: televisión, redes sociales, medios online, prensa escrita y digital y radio.
- **Propuesta económica** que desglose el importe de los conceptos incluidos.

La empresa que finalmente resulte adjudicataria deberá diseñar y desarrollar las diferentes piezas creativas de la campaña, siendo estas:

- **Anuncios de prensa y revista.** Como mínimo 4 formatos (página completa, ½ página, roba páginas vertical y faldón) de la creatividad o creatividades propuestas.
- **Banner.** Los siguientes formatos: 300x600, 300x300, 900x90 y 120x600 de la creatividad o creatividades propuestas.
- **Radio.** La empresa realizará los textos para las cuñas de 10" y 20".





- **Vídeo, spots y fotos.** Realización del story board para un vídeo de alrededor de un minuto y sus versiones de 20", 15", 10" y 5".
- A modo de ejemplo indicamos otras campañas de deportistas con destinos:
 - [Ejemplo 1](#)
 - [Ejemplo 2](#)
 - [Ejemplo 3](#)
- **Contenido página aterrizaje** en el portal turismoregiondemurcia.es
A modo de ejemplo indicamos otras campañas de deportistas con destinos:
 - [Ejemplo 1](#)
- Todas las piezas deberán entregarse en alta resolución y en baja para redes sociales, incluyendo tanto adaptaciones y formatos horizontales como verticales.
- La empresa que resulte adjudicataria tendrá que realizar la dirección artística del vídeo y fotografías necesarias para esta campaña.

Nota: la presente contratación no incluye la producción del vídeo, spot ni las fotografías.

- Versión en inglés. Aunque la campaña esté enfocada principalmente al mercado nacional, también ha de adaptarse a inglés para promocionar el destino en mercados extranjeros.

Realización de una memoria justificativa en la que se declarará lo finalmente realizado y el desglose de los conceptos.

7. Presupuesto de la campaña

Se tratará de un contrato menor de servicios, cuyo presupuesto se estima, en base a la experiencia, precios de mercado y trabajos similares, en un máximo de **14.950 € IVA EXCLUIDO (21%), lo que suma 18.089,50 €.**

A la hora de valorar el trabajo se tendrá en cuenta la originalidad de la propuesta creativa y la propuesta económica, así como la experiencia en trabajos similares de promoción de ciclismo/cicloturismo.

8. Forma y fecha límite de la presentación de propuestas

Las propuestas se enviarán por correo electrónico a la dirección: noelia.munoz4@carm.es
Fecha tope de envío: lunes 2 de septiembre a las 12.00 horas.

Este proyecto es cofinanciado por la Unión Europea en el marco del programa FEDER 2021-2027 de la Región de Murcia. El adjudicatario del contrato se someterá a las obligaciones de información y publicidad contenidas en el reglamento que regula dicha cofinanciación y en el plan de comunicación de los programas FEDER-FSE+.

En Murcia, a la fecha de la firma electrónica.

