



**Bases para la contratación del servicio para la elaboración de nuevos contenidos de valor producto “TURISMO ESPECIAL, SINGULAR DE LA REGION DE MURCIA” para nuestros medios propios Web y RRSS 2025/2026 así como en cualquier rincón de internet.  
(parte de la Operación FEDER “ITREM-14- Estrategias para incrementar la competitividad y mejorar el posicionamiento digital – Proyecto 50340”)**

A. Objeto

El ITREM tiene como línea de trabajo dentro del programa FEDER 2021-2027, mejorar el posicionamiento digital de la oferta turística regional mediante nuestra marca Costa Cálida, REGIÓN DE MURCIA, a través de **nuestros medios propios Web y RRSS 2025/2026, así como en cualquier rincón de internet para tener una mayor visibilidad en la red, tanto en buscadores como en las diferentes redes sociales y Marketplace.**

Para mejorar el posicionamiento online, lo primero que debemos hacer es crear contenido de valor para mejorar la experiencia del turista e interactuar con el destino, ayudándole a satisfacer sus expectativas en su viaje a la Región y cubrir todas sus necesidades durante el ciclo del viaje, mediante nuestra marca Costa Cálida, REGION DE MURCIA.

Con esta premisa, el objetivo del presente contrato es la creación de nuevos contenidos de valor, tales como la redacción de textos, slogan atractivo, imágenes, vídeos, folletos digitales entre otros para desarrollar un nuevo producto.

B. Público objetivo

Este enfoque busca que el producto singular, premium o más exclusivo de la Región de Murcia atraiga a turistas que buscan experiencias de calidad, no masificadas, en entornos exclusivos y con autenticidad. Se dirige a viajeros con un nivel medio / alto que buscan este tipo de experiencias, personalizadas y a medida. Este perfil valora la comodidad y la calidad en todos los aspectos de su viaje, que disfrutan de la cultura local y aprecia las experiencias enogastronómicas de alto nivel y las actividades que les permitan sumergirse en la historia y cultura de la región, además de profesionales que viajan por trabajo y buscan combinar sus obligaciones con momentos de relajación y autenticidad. Este perfil aprecia los alojamientos de alta gama y las actividades que les permitan desconectar del estrés laboral que valora los tratamientos de spa, las actividades al aire libre y las experiencias que promuevan el bienestar físico y mental.

En cuanto a mercados, se enfocará principalmente al mercado europeo y el mercado nacional, por lo que todo el material se debe generar en español e inglés.





### C. Contenidos y tareas a desarrollar:

#### **1. Propuesta creativa con slogan.**

La propuesta ha de incluir el diseño con la creatividad y claim sugerente, con concepto inspirador referente a productos turísticos más exclusivos y adaptable a cualquier dispositivo. Un concepto que combine exclusividad, sostenibilidad y experiencias auténticas de la región, pero sin etiquetar el producto como "lujo" para evitar la segmentación de un tipo de cliente más extremo. Se trata de un modo de viaje realizado por turistas de alto poder adquisitivo. Un enfoque turístico en donde los viajeros buscan experimentar lo mejor de lo mejor en cuanto a comodidades, servicios y experiencias que se distingue por:

- La exclusividad: Este tipo de turismo se destaca por ofrecer alojamientos, bodegas, restaurantes y servicios de la más alta categoría.
- Es experiencial: Es habitual que esta modalidad se concentre en proporcionar a los viajeros experiencias distintivas. Esto, con el objeto de satisfacer los deseos más exigentes de los viajeros.
- Altamente personalizado: Un rasgo distintivo es la atención personalizada. Los proveedores de servicios en este ámbito se esfuerzan por conocer a fondo las preferencias de sus clientes, adaptando cada detalle a sus necesidades individuales
- De gran privacidad: para ofrecer entornos tranquilos, donde los viajeros pueden disfrutar de sus vacaciones sin interrupciones ni intrusiones.

Se valorará una propuesta original que tenga relación con el claim genérico de la Región de Murcia "Te hace feliz" y con el tipo de producto que se pretende promocionar: producto más exclusivo, premium, selectivo, top o sibarita. (Como referencia, desde el ITREM, en 2018 se trabajaron los MOMENTOS RESERVADOS, unas experiencias que tuvieron unos criterios y requisitos que identificaban las experiencias más Top en una colección especial de experiencias únicas a los que se dio continuidad en el año 2019 y 2020 reconvertidos en MOMENTOS SEGUROS: [https://www.turismoregiondemurcia.es/es/plantilla\\_momentos/](https://www.turismoregiondemurcia.es/es/plantilla_momentos/))

La empresa adjudicataria facilitará el editable del claim y tipografía.

#### **2. Manual de criterios de selección de productos/empresas**

La empresa adjudicataria presentará una propuesta de alojamientos, actividades y servicios a incluir, así como los criterios de selección para la inclusión de empresas turísticas, ya sean alojamientos, restaurantes, tiendas especializadas, compras, turismo activo, servicios de transporte con conductor, entre otras.

#### **3. Creación de Contenidos**

La empresa adjudicataria realizará la recopilación de recursos premium de la Región de Murcia y de producto reservable para la creación de una landing específica.





Se proporcionará la recopilación de actividades, experiencias y alojamientos, no obstante, debe ser revisado por la empresa adjudicataria para incluir más contenidos e incluir descripciones que aludan a la sostenibilidad y al tipo de producto que al pretendemos dar visibilidad.

#### 4. Creación de Landing page

La propuesta debe incluir la idea creativa para la landing con una breve descripción e imágenes.

La empresa adjudicataria realizará la creación de landing siguiendo la idea creativa de la propuesta con el contenido y con producto reservable recopilado, en tres idiomas: ESPAÑOL E INGLES, con un diseño y layout de la landing page acorde con el diseño global de la web de [turismoregiondemurcia.es](http://turismoregiondemurcia.es) y acorde con el producto que se pretende promocionar, para formato web y móvil, añadiendo contenidos que refuercen la exclusividad teniendo en cuenta la sostenibilidad y las experiencias exclusivas, como por ejemplo resaltar alojamientos eco friendly que utilizan la gastronomía local, promueven la economía local, e incluir si cuentan con algún sistema de certificación o etiqueta ecológica, etc. Así como resaltar más las experiencias de bienestar, naturaleza sensorial y gastronómicas que tienen un espíritu más sostenible y singular.

#### 5. Folleto digital

La propuesta deberá incluir una propuesta creativa para el folleto digital, así como el guion dentro de la propuesta.

La empresa adjudicataria realizará la guía o folleto digital desarrollando todos los contenidos del apartado 3. Se realizará con los contenidos que se recopilen para la landing y se realizará con un diseño y layout en la línea con los folletos del resto de productos Folleto : Web oficial turismo Región de Murcia ([turismoregiondemurcia.es](http://turismoregiondemurcia.es)) y acorde con el producto que se pretende promocionar.

Servirá como soporte digital para promocionar el producto premium a modo de guía turística o folleto específico. Se ha de realizar el diseño, los contenidos y maquetación de este, en dos versiones español e inglés, incluyendo su traducción. También podría enfocarse como una guía de viaje "personalizable", que ofrezca itinerarios únicos según los intereses de cada cliente.

#### 6. Video promocional y fotografías

La propuesta deberá incluir una propuesta creativa para el vídeo y propuesta de guion / textos de la locución en caso de haberla, tanto en español como en inglés. Y se debe incluir una propuesta de localizaciones para la grabación y fotografía.

La empresa adjudicataria realizará un video promocional siguiendo la propuesta y se realizarán fotografías en las localizaciones propuestas seleccionadas por el ITREM.





## SOPORTES Y FORMATOS

- Video corto con una duración de alrededor de 30'' o menos según propuesta
- Vídeo largo de unos 50- 60''
- Los vídeos se entregarán en los siguientes formatos:
  - o Full HD 1920 x 1080.
  - o Formato 9:16 para reels y stories (1080x1920).
  - o Formato 1:1.
- Las fotografías se entregarán en los siguientes formatos:
  - o Al menos 5 fotografías en alta calidad por cada localización propuesta
  - o Las fotografías tendrán resolución en alta calidad y Los vídeos se entregarán en versión Full HD 1920x1080 o superior y en baja calidad para poder utilizar en RRSS.
  - o Las fotografías tendrán al menos una resolución de 3723x5585 pixeles en JPG a alta calidad editado + RAW.
  - o Los metadatos de los archivos al menos deben incluir al autor, fecha de captura, geolocalización.
- Todas las piezas deberán entregarse optimizadas para emisión en televisión y para redes sociales, incluyendo los formatos verticales de stories y Reels.
- El adjudicatario deberá presentar la versión en español e inglés de todas las piezas requeridas, (la empresa adjudicataria será la encargada de la traducción de los textos empleados en la locución)
- Todas las versiones deben realizarse con y sin subtítulos.
- Archivos de solo audio de la locución para su utilización como cuñas de radio.

## DERECHOS Y USOS

- Los derechos de uso de la melodía utilizada, vídeos e imágenes deben ser gestionados por la empresa adjudicataria y ser ilimitados temporal y geográficamente para cualquier medio de difusión.
- La melodía deberá ir identificada con título, autor y, en su caso, del propietario de los derechos de explotación y el ITREM requerirá el certificado de uso de esta en los vídeos
- La contratación y los derechos de uso de la locución y de la sintonía serán por cuenta del adjudicatario. Estos derechos deben ser gestionados por la empresa adjudicataria y ser para un ámbito geográfico ilimitado y temporal de 6 años, sin perjuicio de los derechos inalienables de autor, para cualquier medio de difusión.
- En cuanto a los derechos de explotación de los audiovisuales y fotografías, pasarán a ser de propiedad en exclusiva del ITREM para un ámbito geográfico ilimitado y temporal de 6 años, sin perjuicio de los derechos inalienables de autor.
- En el caso en el que la propuesta de vídeo incluya figurantes, estarán incluidos





dentro de la oferta.

- La empresa adjudicataria será la encargada de la solicitud y obtención de todos los permisos necesarios para la realización de todas las grabaciones.
- La empresa adjudicataria informará en todo momento del cronograma de grabación a la persona encargada de coordinar el trabajo en el Instituto de Turismo de la Región de Murcia.

#### D. Plazo de ejecución y presupuesto máximo

El plazo de ejecución del material solicitado en este contrato será de 4 meses a partir de la adjudicación del contrato. Por tanto, en caso de resultar adjudicataria, la empresa se comprometerá a la entrega de piezas se hará en JPG, PDF y vectorial – editable. Arte final para imprenta y pdf (con versión paginada para la web).

#### ENTREGA DE MATERIALES.

- De cada una de las piezas de vídeo finales, el adjudicatario entregará 2 archivos multimedia, uno en alta calidad para televisión y otro de menor calidad para difusión online.
- Una vez finalizado el trabajo, el adjudicatario tendrá que entregar las fotos y los brutos de grabación subiéndolos al NAS propiedad del ITREM.

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 **14.800 € IVA EXCLUIDO (21%), lo que suma 17.908 €.**

A la hora de valorar el trabajo se tendrá en cuenta la creatividad, originalidad de la idea, resolución de los vídeos y la propuesta económica.

Este proyecto será 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

