



**Bases para la contratación del servicio “Creación de nuevos contenidos de valor” para mejorar el posicionamiento digital de la oferta turística del Enoturismo de la Región de Murcia” en nuestros medios propios Web y RRSS 2025/2026 así como en cualquier entorno digital.**

1. Antecedentes:

El ITREM tiene establecido la línea 14 de actuación dentro del programa FEDER 2021-2027, ‘Estrategia para incrementar la competitividad y mejorar el posicionamiento digital’ de la oferta turística regional. En un entorno cada vez más digitalizado, la promoción turística requiere estrategias innovadoras que potencien la visibilidad del destino y mejoren su competitividad. La Región de Murcia, a través de la marca **Costa Cálida, Región de Murcia**, lanza esta iniciativa con el objetivo de fortalecer la promoción del destino en su conjunto, utilizando herramientas digitales avanzadas que permitan una mayor proyección en los mercados turísticos.

A través de la integración de nuevas tecnologías y estrategias de comercialización digital, estas acciones buscan posicionar la Región de Murcia como un destino líder, facilitando además que las pymes turísticas (alojamientos, empresas de turismo activo, monumentos, restaurantes, bodegas, almazaras entre otras) asociadas a las Rutas del Vino de Bullas, Jumilla y Yecla.

2. Introducción

La Región de Murcia, un destino emergente con raíces milenarias cuenta con una rica tradición vitivinícola que se remonta a la época romana. Su clima mediterráneo con influencia continental y su variedad de suelos han permitido el desarrollo de vinos singulares, especialmente con la uva **Monastrell**, autóctona y representativa del territorio.

La Región de Murcia forma parte activa del **producto turístico “Rutas del Vino de España”**, y ofrece tres rutas certificadas por ACEVIN (Asociación Española de Ciudades del Vino):

- **Ruta del Vino de Bullas:** Destaca por su enfoque sostenible y por un paisaje dominado por viñedos de altura. Incluye el Museo del Vino de Bullas y bodegas familiares que promueven prácticas tradicionales.
- **Ruta del Vino de Jumilla:** Una de las DO más antiguas de España (desde 1966), Jumilla combina patrimonio, modernidad y una gran apuesta por el enoturismo de calidad, con visitas a bodegas, degustaciones y eventos como la Fiesta de la Vendimia.
- **Ruta del Vino de Yecla:** Más reciente pero muy dinámica, Yecla ofrece experiencias enoturísticas que integran vino, gastronomía, naturaleza y arte, en un entorno muy ligado a la identidad cultural local.

3. Objetivo

Con esta premisa, el objetivo del presente servicio / contrato es:

- **Diversificación del portafolio** de productos para fortalecer una oferta multiproducto adaptada a nuevos perfiles de turistas





- **Aumento del grado de internacionalización y posicionamiento del Enoturismo.** El uso de tecnologías digitales y acciones conjuntas de visibilidad en entornos internacionales, va a contribuir a incrementar la presencia online de empresas pymes asociadas a las Rutas del Vino de la Región en canales internacionales.
  - También va a **mejorar la percepción** de la identidad turística regional, mediante nuevos contenidos en varios idiomas. Esto favorece el acceso a mercados exteriores, alineándose con el objetivo de una mayor internacionalización del destino Región de Murcia y de posicionar su producto con mayor valor añadido y diferenciación.
  - **Aumentar la notoriedad** de la marca 'Reino de la Monastrell' bajo el paraguas de Costa Cálida-Región de Murcia.
  - **Mejorar la experiencia del usuario** mediante contenido visual y multimedia atractivo.
  - **Facilitar el acceso** a información clave a través de recursos prácticos y descargables.
  - **Generar sinergias** entre las pymes y la marca 'Reino de la Monastrell' para maximizar su impacto en la promoción turística.
4. Segmentación de públicos

Este producto será dirigido a un perfil de turista específico, claramente diferenciado:

**Principal:** Vivir una experiencia diferenciadora ligada al vino, pero no exclusivamente. Busca aprender sobre el proceso de elaboración, disfrutar de la **gastronomía local**, conocer el patrimonio cultural y natural del entorno y desconectar en entornos rurales o de interior.

**Secundarias:** Celebraciones, escapadas románticas, turismo activo (rutas en bici o senderismo entre viñedos), eventos temáticos (vendimias, catas nocturnas, festivales).

Mayoritariamente mercado nacional y de proximidad.

#### 5. Trabajos para realizar

Desde el ITREM, se apuesta por una promoción estructurada y segmentada del enoturismo, con materiales específicos digitales de valor, con el objetivo de posicionar a la Región de Murcia como un destino enoturístico **diferencial, sostenible y de calidad**. Para ello vamos a mejorar y crear **nuevos contenidos digitales**.

Las tareas para desarrollar son:

- 5.1 Creación de una Guía práctica de Turismo del Vino.
- 5.2 Mejora de la microsite específica del enoturismo [Enoturismo en la Región de Murcia : Web oficial turismo Región de Murcia](#)
- 5.3 Mejora del folleto 'Guía para comer bien y beber mejor'





## 5.1 Creación de una Guía práctica de Turismo del Vino.

Un soporte interactivo que permite a los usuarios descubrir la oferta enoturística de forma dinámica. Para ello necesitamos:

- ✓ Contenidos: información de bodegas, tipología de vinos, visitas, horarios, idiomas, museos especializados, accesibilidad, servicios complementarios (restaurantes, alojamientos, almazaras, tiendas especializadas y otros servicios) asociados a las Rutas del vino de Bullas, Jumilla y Yecla.
- ✓ Formato papel: propuesta con medidas, N.º de páginas y N.º de fotos.
- ✓ Formato digital: PDF propuesta con N.º de páginas, enlaces directos a las empresas turísticas vinculadas al vino. Mapas geolocalizados etc.
- ✓ Versión español e inglés.
- ✓ Distribución y promoción. Propuesta

## 5.2 Mejorar la microsite específica del enoturismo [Enoturismo en la Región de Murcia : Web oficial turismo Región de Murcia](#)

Esta herramienta es el eje central de la comunicación digital, motivos por los cuales necesitamos, mejorar el diseño y contenidos de la actual landing page del producto ENOTURISMO. Debe ser atractiva, clara y persuasiva, atractiva a los públicos objetivos. Para ello se requiere:

- ✓ Nueva estructura web.
- ✓ Redacción de nuevos textos en español e inglés.
- ✓ Selección de nuevas fotografías

## 5.3 Mejora el folleto 'Guía para comer bien y beber mejor'

Al tratarse de un folleto experiencial, que reflejar los mejores eventos organizados entorno al vino y las mejores experiencias ofrecidas por los asociados. Necesitamos:

- ✓ Nueva estructura
- ✓ Redacción de nuevos textos
- ✓ Selección de fotografías.
- ✓ Versión digital con enlaces a los asociados.
- ✓ Maquetación y edición en PDF.
- ✓ Versión español e inglés.

Todos los soportes que se diseñen deberán llevar incluido el logo 'Costa Cálida Región de Murcia', 'Reino de la Monastrell' y 'Cofinanciados con Fondos Feder' así como cualquier otro que considere el ítem.

## 6. Documentación a presentar por el contratista

### 6.1 Propuesta técnica

El licitador deberá presentar una propuesta técnica conforme a las características del objeto de contrato, con el desarrollo de las actuaciones que incluye su propuesta, la cual será elaborada con aceptación y





Cofinanciado por  
la Unión Europea



MINISTERIO  
DE HACIENDA



Fondos Europeos



sujeción a los requisitos y cláusulas contenidos en estas bases de condiciones técnicas y administrativas. Se valorará la propuesta con mayor calidad en cuanto a **diseño, contenidos, visualización, integración con el entorno, etc.**

## 6.2 Oferta económica

Oferta económica, que deberá especificar el precio total del servicio ofertado, incluyendo el IVA.

### 7. Plazo de ejecución y presupuesto máximo

El presupuesto máximo de este servicio, calculado teniendo en cuenta otros trabajos similares, se estima en 14.950 € más el 21% de IVA (en total, 18.089,50 €).

El plazo de elaboración de los trabajos será de 7 meses, desde la adjudicación del contrato.

### 8. Propiedad de trabajos

Los trabajos que se realicen serán propiedad del ITREM, y éste, en consecuencia, podrá recabar en cualquier momento información sobre el desarrollo de los trabajos. Asimismo, podrá proponer o realizar modificaciones con respecto a los mismos.

El contratista no podrá utilizar para sí, ni proporcionar a terceros, dato alguno de los trabajos contratados ni publicar, total o parcialmente, el contenido de los mismos sin autorización del ITREM. En todo caso, el contratista será responsable de los daños y perjuicios que se deriven del incumplimiento de esta obligación.

A petición del ITREM, el contratista tendrá la obligación de proporcionar todos los datos, documentos, procesos y procedimientos empleados para la elaboración de sus trabajos e informes.

Se establecerá con el contratista unas "cláusulas de confidencialidad", en la información intercambiada, facilitada o creada entre ellas en el transcurso de la prestación del citado servicio. Esta será en estricta confidencialidad.

### 9. Valoración de la oferta

Para la adjudicación de este servicio se tendrá en cuenta la propuesta más ventajosa en cuanto a su relación calidad-precio, para lo cual se valorará, tanto la oferta económica como la propuesta técnica descrita en el apartado 6 y la experiencia de la empresa en trabajos similares.

Este proyecto / actuación está cofinanciado por el Programa de la Región de Murcia **FEDER / FSE + 2021-2027 de la Región de Murcia**, parte de la Operación 'Mejora del posicionamiento digital de la oferta turística de la Región de Murcia'.

La entidad adjudicataria del contrato se someterá a las obligaciones de comunicación y visibilidad contenidas en el artículo 50 y en el Anexo IX del Reglamento (UE) 2021/1060 del Parlamento Europeo y del Consejo de 24 de junio de 2021 y especialmente, las siguientes:





Cofinanciado por  
la Unión Europea



MINISTERIO  
DE HACIENDA



Fondos Europeos



a) En los documentos de trabajo, así como en los informes y en cualquier tipo de soporte que se utilice en las actuaciones necesarias para el objeto del contrato, aparecerá de forma visible y destacada el emblema de la UE, haciendo referencia expresa a la financiación.

b) En toda difusión pública o referencia a las actuaciones previstas en el contrato, cualquiera que sea el medio elegido (folletos, carteles, etc.), se deberán incluir de modo destacado los siguientes elementos: emblema de la Unión Europea de conformidad con las normas gráficas establecidas en el Anexo IX del Reglamento (UE) 1060/2021, así como la referencia a la financiación por la Unión Europea.

Este programa supone un avance en la promoción digital de la Región de Murcia como destino turístico, alineando su estrategia con las tendencias del mercado y las expectativas de los viajeros digitales. La integración de herramientas de comercialización turística digital bajo la marca Costa Cálida, REGIÓN DE MURCIA **no solo fortalecerá la imagen del destino, sino que también proporcionará a las pymes turísticas una mayor visibilidad y oportunidades de negocio dentro de un entorno digital altamente competitivo.**

En Murcia, a fecha de firma electrónica  
Fdo. María Jesús Gil Cantos  
Jefe Área de la Oficina de Promoción  
Instituto de Turismo de la Región de Murcia

15/05/2025 12:52:53

GIL CANTOS, MARIA JESUS

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-28e4a26c-377a-5eed-6d63-0050569134e7

