



**Bases para la contratación del servicio “Creación de nuevos contenidos de valor” para el producto de Ecoturismo de la Región de Murcia para mejorar el posicionamiento digital de la oferta turística del destino” 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 de la Región de Murcia’. 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, restaurantes, entre otras) asociadas al producto de ecoturismo mejoren su visibilidad y competitividad en el mercado turístico.

## **2. Introducción**

Según establece la Declaración de Ecoturismo de Daimiel (2016),

“El **ecoturismo** es el viaje a un área natural para conocerla, interpretarla, disfrutarla y recorrerla, al tiempo que se aprecia y contribuye de forma práctica a su conservación, sin generar impactos sobre el medio y repercutiendo positivamente en la población local”.

En definitiva, el ecoturismo es una forma de viajar para acercarse y conocer los espacios naturales de manera responsable, respetando su equilibrio, minimizando los impactos ambientales y disfrutándolos a través de las experiencias que ofrecen empresas comprometidas con la conservación de la naturaleza. Cuando hacemos ecoturismo no solo conocemos y disfrutamos los lugares que visitamos, sino que además protegemos sus valores (naturales, culturales, etnográficos, gastronómicos, etc.), favoreciendo una oportunidad de desarrollo sostenible en estos territorios.

El difícil equilibrio entre la conservación de los valores naturales y culturales de los espacios protegidos y el desarrollo socioeconómico en estos territorios, generalmente frágiles, ponen de manifiesto que el ecoturismo es el mejor modelo turístico posible para estas zonas.





Cofinanciado por  
la Unión Europea



MINISTERIO  
DE HACIENDA



Fondos Europeos



La riqueza natural ha ayudado a una diversificación del producto turístico, pero no todas las actividades de diversificación son naturales, y aunque el turismo de naturaleza utilice las infraestructuras del turismo rural, no todo el turismo rural es de naturaleza.

Es importante resaltar que el turismo sostenible no es un producto turístico, es una forma de gestionar cualquier producto turístico o destino. El ecoturismo si es un producto turístico. El ecoturismo es el producto más sostenible.

### 3. Objetivo

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

- Desarrollar el **producto ecoturístico en la Región de Murcia** que ponga en valor sus recursos naturales y culturales, fomente la educación ambiental y genere un impacto positivo en las comunidades locales mediante la participación activa de pymes del sector turístico.”
- **Diversificación del portafolio** de productos de la Región de Murcia para fortalecer una oferta multiproducto adaptada a nuevos perfiles de turistas
- 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** del producto de ecoturismo bajo el paraguas de Región de Murcia- Costa Cálida.
- **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 el producto de ecoturismo para maximizar su impacto en la promoción turística.

30/06/2025 10:25:05

MARTINEZ BALLESTER, MARIA DEL MAR

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-bbb3248e-558b-3a0d-aad9-0050569b6280





#### 4. Segmentación de públicos

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

El ecoturista es un viajero consciente, motivado principalmente por el deseo de conectar con la naturaleza, conocer entornos rurales auténticos y contribuir de forma positiva al lugar que visita. No se limita a disfrutar del paisaje, sino que busca una experiencia significativa, en la que el aprendizaje, el respeto por el entorno y el intercambio cultural juegan un papel clave.

Este tipo de turista evita los destinos masificados y se siente atraído por espacios naturales bien conservados, donde pueda realizar actividades de bajo impacto como el senderismo interpretado, la observación de fauna y flora, la fotografía de paisajes o la participación en talleres relacionados con la cultura local y la sostenibilidad.

Generalmente, el ecoturista tiene un nivel educativo medio-alto y una fuerte conciencia ambiental y social. Valora la autenticidad, la tranquilidad y la calidad de los servicios, incluso si ello supone un coste ligeramente superior. Suele organizar sus viajes por cuenta propia, aunque también aprecia la oferta de experiencias guiadas de calidad, lideradas por expertos o miembros de la comunidad local.

En cuanto a su perfil demográfico, se trata mayoritariamente de personas adultas, entre 30 y 65 años, que viajan en pareja, solas, en pequeños grupos o con familia. Proceden tanto del ámbito nacional como internacional, y suelen residir en núcleos urbanos, lo que refuerza su deseo de desconexión y reconexión con el medio natural.

El ecoturista prefiere alojamientos sostenibles, consume productos locales y ecológicos, y tiene un alto interés por conocer cómo su visita puede contribuir a la conservación del entorno y al desarrollo de las comunidades anfitrionas.

En definitiva, se trata de un perfil exigente, informado y comprometido, que representa una gran oportunidad para los destinos que apuestan por un modelo turístico responsable, inclusivo y sostenible.

#### 5. Trabajos a realizar

Desde el ITREM, se apuesta por una promoción estructurada y segmentada del ecoturismo, con contenido de valor, con el objetivo de posicionar a la Región de Murcia como un destino ecoturístico **diferencial, sostenible y de calidad**. Para ello es necesario la configuración del producto y la creación de nuevos contenidos.

Las tareas para desarrollar son:

1. Definir los **criterios** que deben cumplir todos los recursos y empresas turísticas para formar parte del producto de ecoturismo de la Región de Murcia.





2. Identificar los **recursos naturales y culturales** con potencial ecoturístico en la Región de Murcia (parques, senderos, áreas protegidas, fauna/flora autóctona, tradiciones locales) vinculándolos a **pymes locales** (alojamientos rurales sostenibles, restaurantes con productos de kilómetro artesanos, agricultores, bodegas ecológicas, empresas de turismo activo y guías locales). Siempre en consonancia con la definición de Ecoturismo de la Declaración de Daimiel.
3. **Claim** (en español e inglés). El adjudicatario deberá proponer un **claim o lema principal** que represente e identifique el producto turístico de **ecoturismo en la Región de Murcia**, teniendo en cuenta los siguientes criterios:
  - a. coherencia con los valores del ecoturismo
  - b. identidad del territorio
  - c. sencillez, brevedad y memorabilidad
  - d. tono emocional y evocador
  - e. diferenciación y originalidad

La propuesta de claim debe tener una justificación creativa y estratégica del **mensaje** y una explicación de su relación con el producto de ecoturismo y la identidad del destino. Incluyendo la propuesta de diseño gráfico con la correspondiente versión tipográfica y cromática (especificando los valores exactos).

- **Versión original** (a todo color)

La versión principal del diseño con todos los colores, efectos y detalles.

Formatos recomendados:

- AI, EPS (vector editable)
- PDF (versión lista para impresión)
- PNG, JPG (para visualización rápida)

- **Versión monocroma** (negro)

Todo el diseño en un solo color (generalmente negro).

Útil para serigrafía, grabado láser, fax, o impresión a una tinta.

- **Versión en blanco** (negativo)

Mismo diseño en blanco para usarse sobre fondos oscuros.

- **Versión en escala de grises** (grayscale)

Para documentos donde no se permite el uso de color, pero se necesita más definición que en monocromo.

- **Versión horizontal y vertical**

Ajustes de disposición para adaptarse a distintos formatos de uso.

- **Versión editable**





Archivo maestro en formato vectorial editable:

- AI (Adobe Illustrator)
- EPS
- SVG

- 4. Manual de buenas prácticas** (en español e inglés) para el usuario ecoturista y empresas del sector turístico regional.
- 5. Estructuración y contenido de la microsite específica del ecoturismo** en la web de Turismo región de Murcia (en español e inglés).  
Esta microsite será el eje central de la comunicación digital por lo que debe mostrar información de interés tanto para usuarios y empresarios. Será necesario redactar los textos de esta landing page de forma inspiracional, tanto en español como en inglés.
- 6. Asesoramiento** en la elección de contenidos/ubicaciones apropiadas para el folleto digital, fotografías y spot promocional que se llevará a cabo en otra contratación.
- 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 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 10.500 € más el 21% de IVA (en total, 12.705€).

El plazo de elaboración de los trabajos será de 6 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:

- 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





Cofinanciado por  
la Unión Europea



MINISTERIO  
DE HACIENDA



Fondos Europeos



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. Mar Martínez Ballester  
Directora de la Oficina de Promoción  
Instituto de Turismo de la Región de Murcia

30/06/2025 10:25:05

MARTINEZ BALLESTER, MARIA DEL MAR

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-bbb3248e-558b-3a0d-aa69-0090569b6280

