



**Bases de condiciones Técnicas y Administrativas para el contrato menor de servicio “CREACIÓN DE NUEVOS CONTENIDOS DE VALOR DEL PRODUCTO CAMPING” para mejorar el posicionamiento digital de la oferta turística de la Región de Murcia. ACTUACIÓN 14 ‘Estrategias para incrementar la competitividad en el sector turístico’ dentro del programa Región de Murcia FEDER 2021-2027 – MU1A302, ‘Promoción del espíritu empresarial y transformación hacia un modelo productivo sostenible de las pymes’.**

## EXP PRN001

### 1. ANTECEDENTES Y OBJETO DEL SERVICIO

Tras la selección de la operación ITRM-D-1 “Mejora del posicionamiento digital de la oferta turística de la Región de Murcia”, para su financiación por la Unión Europea a través del Fondo Europeo de Desarrollo Regional dentro del Programa FEDER de la Región de Murcia 2021- 2027, en el Objetivo Específico “RS01.3. El refuerzo del crecimiento sostenible y la competitividad de las pymes y la creación de empleo entre estas también mediante inversiones productivas”, en virtud de lo preceptuado en el artículo 73.3 del Reglamento (UE) 2021/1060 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 24 de junio de 2021, por el que se establecen las disposiciones comunes relativas al Fondo Europeo de Desarrollo Regional, al Fondo Social Europeo Plus, al Fondo de Cohesión, al Fondo de Transición Justa y al Fondo Europeo Marítimo, de Pesca y de Acuicultura, así como las normas financieras para dichos Fondos y para el Fondo de Asilo, Migración e Integración, el Fondo de Seguridad Interior y el Instrumento de Apoyo Financiero a la Gestión de Fronteras y la Política de Visados.

Dicha operación tiene por objeto la promoción del destino en plataformas digitales, marketplaces turísticos y campañas en redes sociales, creación de contenidos estratégicos de valor en [www.turismoregiondemurcia.es](http://www.turismoregiondemurcia.es), marketing digital y publicidad SEO y SEM para posicionar el destino en los principales motores de búsqueda y automatización de campañas y segmentación de audiencias; todo ello mediante contratos de servicios y suministros.

En un entorno cada vez más digitalizado, la promoción turística requiere estrategias innovadoras que potencien la visibilidad del destino y mejoren su competitividad. La Oficina de Promoción, a través de la marca **Costa Cálida, Región de Murcia**, ha detectado la necesidad fundamental de crear nuevos contenidos de valor para el producto turístico de Camping para mejorar el posicionamiento digital de la oferta alojativa de este tipo de infraestructuras con el objetivo de:

- Mejorar la experiencia del usuario mediante contenido visual y multimedia atractivo para facilitar el acceso a información clave a través de recursos prácticos y descargables.
- Fortalecer la presencia digital de la Región de Murcia como destino de camping mejorando el posicionamiento y visibilidad turística a través de estos nuevos contenidos.
- Promover el aumento del uso de tecnologías digitales y contribuir a incrementar la presencia online de empresas pymes asociadas en canales internacionales.
- Reforzar la posición de la Región de Murcia como destino de referencia para este perfil de turista.

El turismo de campings se perfila como uno de los productos que en nuestra Región es posible disfrutar durante todo el año y, por tanto, como un producto desestacionalizador que en la Región cuenta





con 17 establecimientos de los cuales 12 forman parte de la Asociación de Campings, que cuenta con establecimientos de primera y segunda categoría únicamente y están abiertos durante todo el año.

La Región cuenta con una red de campings bien implantada en el territorio y con un folleto/catálogo de los campings que forman parte de la Asociación de Campings de la Región de Murcia. La combinación de campings tanto en la costa como en el interior permite articular un recorrido completo y variado por toda la región a través de una red de campings consolidada como elemento vertebrador y un patrimonio natural, cultural y gastronómico capaz de enriquecer la experiencia del viajero de camping. No obstante, se hace necesario avanzar a un producto turístico estructurado y fácil de utilizar de forma digital desde la perspectiva del viajero en ruta.

El público objetivo al que irá dirigido es:

- Turistas nacionales e internacionales con interés en el producto de campings cuyas principales motivaciones de viaje son la naturaleza, el deporte, el aprendizaje, la diversión, la autenticidad y la libertad. Valoran la calidad del entorno, la sostenibilidad y el compromiso medio ambiental.
- Familias, parejas y adultos en busca de escapadas que suelen planificar sus viajes por cuenta propia y contratar de forma directa.

## 2. TRABAJOS A REALIZAR

Desarrollo de nuevos contenidos digitales que sirva como herramienta que integre los campings existentes junto con los principales recursos turísticos del territorio, aportando planificación y sentido de conjunto al viaje, generando sinergias entre las pymes y la marca Costa Cálida Región de Murcia. Además, organizará la información del territorio siguiendo la lógica del desplazamiento en ruta para facilitar la planificación, optimizando los recursos ya existentes y generando contenido de valor tanto para el viajero como para el propio destino. Detalle de los diferentes soportes a desarrollar:

1. Creación de una Ruta de Campings en formato guía digital
2. Contenidos para la mejora de la microsite de campings
3. Video promocional.
4. Campaña de marketing digital

### 2.1.1 Creación de una Ruta de Campings mediante una guía digital.

La empresa adjudicataria realizará el diseño y estructuración de una guía digital en formato Ruta de Campings, así como la redacción de contenidos y maquetación en español, inglés y alemán, incluyendo su traducción.

Esta guía articulará un recorrido completo y variado por toda la región a través de todos los campings de la Región como elemento vertebrador, incluyendo actividades y puntos de interés turístico cercanos a ellos dentro de la ruta en cuanto a patrimonio natural, cultural y gastronómico para enriquecer la experiencia del viajero de camping de forma estructurada y fácil de utilizar de forma digital desde la perspectiva del viajero en ruta. Incluirá con información básica tanto de los campings como de los lugares de interés y actividades, incluyendo el diseño y la estructuración de la ruta.





Esta guía servirá como herramienta para organizar la información del territorio siguiendo la lógica del desplazamiento en ruta, optimizando los recursos ya existentes y generando contenido de valor mediante contenido visual y multimedia atractivo con recursos prácticos y descargables.

Además de la guía digital/ multimedia o interactiva con enlaces directos a la web de [turismoregiondemurcia.es](http://turismoregiondemurcia.es), y también en versión descargable e imprimible con formato PDF para impresión en tamaño A5 cerrado, con códigos QR. 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).

La propuesta deberá incluir la idea creativa para la ruta/guía digital.

### 2.1.2 Contenidos para la mejora de la microsite de campings.

La propuesta ha de incluir contenidos para la mejora de la Landing de producto de campings ya que es la herramienta central de la comunicación digital. Para ello, se incluirá en la Landing existente, la nueva ruta que se solicita y su versión descargable. Además se requiere:

- Propuesta de nueva estructura web de la Landing [Campings : Web oficial turismo Región de Murcia](#) y formato de los contenidos con un diseño creativo en línea con la guía mencionada anteriormente, para conseguir una Landing inspiradora.
- Un claim evocador que invite a conocer la nueva oferta turística que se pretende desarrollar, alineado con la marca 'Costa Cálida, REGION DE MURCIA', y "felicidad de la buena". (La empresa adjudicataria facilitará el editable del claim y tipografía)
- Redacción de nuevos textos: Unstorytelling clave para destacar el carácter del producto que se incluye, explicando su concepto y valor diferencial con texto descriptivo evocador.
- Creación de un mapa interactivo con la localización de los campings, los puntos de interés y las actividades, donde se marque la ruta propuesta.

Se valorará la propuesta de otras secciones o ejes temáticos para categorizar contenidos que aporten valor dentro de la 'landing'.

Todos los soportes que se diseñen deberán llevar incluido el **logo 'Costa Cálida Región de Murcia. Felicidad de la buena' y logo de fondos FEDER**.

### 2.1.3 Video promocional.

La empresa adjudicataria realizará un video promocional realizado principalmente con brutos proporcionados por el ITREM, aunque se valorará positivamente la realización de algún material audiovisual de la ruta, en los soportes y formatos mencionados a continuación:

- Vídeo largo de unos 50- 60" máximo y adaptación del video a 10", 20" y 30".
- Los vídeos se entregarán en los siguientes formatos:
  - o Full HD 1920 x 1080 y en baja calidad para poder utilizar en RRSS.
  - o Formato 9:16 para reels y stories (1080x1920).
  - o Formato 1:1.





- El adjudicatario deberá presentar la versión en español, inglés y alemán de todas las piezas requeridas, (la empresa adjudicataria será la encargada de la traducción de los textos empleados en la locución si la hubiera)
- Todas las versiones deben realizarse con y sin subtítulos.
- Todas las piezas deberán entregarse optimizadas para emisión en televisión y para redes sociales, incluyendo los formatos verticales de stories y Reels.
- Una vez finalizado el trabajo, el adjudicatario tendrá que entregar este material subiéndolo al NAS propiedad del ITREM.

La propuesta deberá incluir idea creativa del vídeo (y de guion de locución en caso de haberla).

#### **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, pasarán a ser de propiedad en exclusiva del ITREM sin perjuicio de los derechos inalienables de autor.*
- *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.*

#### **2.1.4 Campaña de marketing digital**

La propuesta debe incluir acciones de marketing digital para promocionar el material realizado a nivel nacional en medios especializados, garantizando así la difusión de contenidos y alcance de las publicaciones, dirigido al público final.

La campaña debe incluir varias acciones online como artículos o publicaciones en revistas o blogs, newsletters, redes sociales o publicidad en banners digitales en medios especializados con alcance destacado dirigido al público objetivo.

#### **1. 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, estableciendo 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.





## 2. MEDIOS PERSONALES Y MATERIALES

La empresa contratista estará obligada a adscribir a la ejecución del contrato a un equipo profesional multidisciplinar con conocimientos técnicos especializados sobre los aspectos objeto del mismo y con capacidad suficiente para poder desarrollar a plena satisfacción el contenido de los trabajos contratados.

## 3. DOCUMENTACIÓN A PRESENTAR POR EL CONTRATISTA

### 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 materialidad más sostenible con el medio ambiente, integración con el entorno, alternativas estructurales.

### Oferta económica

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

## 4. PRESUPUESTO Y PLAZOS DE EJECUCIÓN

El presupuesto máximo de este servicio, calculado teniendo en cuenta otros trabajos similares, se estima en 14.900 € más el 21% de IVA. La oferta económica, deberá especificar el precio total del servicio ofertado, incluyendo el IVA.

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

El presente contrato está cofinanciado por la Unión Europea a través del Programa de la Región de Murcia Fondo Europeo de Desarrollo Regional (**FEDER**) **2021-2027**, parte de la Operación ITRM-D-1 'Mejora del posicionamiento digital de la oferta turística de la Región de Murcia'.

## 5. OBLIGACIONES DEL CONTRATISTA

1. El contratista realizará la prestación del servicio con estricta sujeción a las cláusulas estipuladas en las presentes Bases de condiciones técnicas y administrativas, observando fielmente lo establecido en ellas, así como las instrucciones del «Instituto de Turismo de la Región de Murcia».
2. De conformidad con lo anterior, el adjudicatario deberá tener asegurado a su personal contra accidentes, así como cubrir los seguros sociales, impuestos y demás obligaciones laborales y fiscales previstas en la legislación vigente, declinando el «Instituto de Turismo de la Región de Murcia» cualquier posible reclamación o incidencia en este sentido; asimismo, deberá tener cubierta la Responsabilidad Civil que pueda derivarse de su actuación.
3. El contratista será responsable de la calidad técnica de los trabajos que desarrolle y de las prestaciones y servicios realizados, así como de las consecuencias que se deduzcan para el «Instituto de Turismo de la Región de Murcia» o para terceros de las omisiones, errores,





métodos inadecuados o conclusiones incorrectas en la ejecución del contrato.

4. Deberá ejecutar a su costa las subsanaciones de los trabajos recusados por estimarse defectuosos o incorrectos.
5. Serán a cargo del contratista todos los gastos derivados de cualquier acción presentada en la propuesta técnica.
6. Será obligación del contratista, indemnizar los daños y perjuicios que se causen a terceros como consecuencia de las operaciones que requiera la ejecución del contrato, sin perjuicio de lo establecido en el artículo 196 de la LCSP.
7. El contrato se entiende convenido a riesgo y ventura del contratista.
8. El Órgano de Contratación podrá solicitar al adjudicatario en cualquier momento, que acredite su situación de encontrarse al corriente en el cumplimiento de sus obligaciones tributarias y de Seguridad Social, pudiendo ser su falta de acreditación motivo de resolución del contrato.
9. La empresa contratista nombrará un jefe de equipo que mantendrá regularmente contacto con los técnicos del «Instituto de Turismo de la Región de Murcia».
10. El contratista deberá presentar ante el **ITREM** la Declaración de no estar incurso en las prohibiciones de contratar establecidas en el artículo 71 de la Ley de Contratos del Sector Público.
11. El contratista y los subcontratistas, en su caso, deberán presentar ante el ITREM la Declaración de Ausencia de Conflicto de Intereses (DACI), debidamente firmada electrónicamente, cumplimentada por todas las personas de su equipo que intervengan en la ejecución del contrato.
12. Al contrato objeto de las presentes bases le es de obligatoria aplicación el Plan de Medidas Antifraude del ITREM. Cumplir con los requisitos establecidos en la Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y Garantía de los Derechos Digitales.
13. Ejecutar las operaciones velando por el cumplimiento de las normas comunitarias, nacionales y regionales aplicables, por la realización de las actuaciones objeto de cofinanciación, porque se haya incurrido en el gasto declarado, y por el cumplimiento de las normas de elegibilidad recogidas en la Orden HFP/1414/2023, de 27 de diciembre, por la que se aprueban las normas sobre los gastos subvencionables de los programas financiados por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional y del Fondo de Transición Justa para el período 2021-2027.
14. Conocer el periodo de subvencionabilidad del gasto cofinanciado. El pago efectivo debe estar comprendido entre el 1/1/2021 y el 31/12/2029, conforme al artículo 63.2. del Reglamento (UE) 2021/1060.





Cofinanciado por  
la Unión Europea



MINISTERIO  
DE HACIENDA



Fondos Europeos



Región de Murcia

15. Aplicar medidas antifraude eficaces y proporcionadas en su ámbito de gestión teniendo en cuenta los riesgos detectados, conforme al artículo 74.1.c) del Reglamento (UE) 2021/1060.
16. Conservar los documentos justificativos relacionados con el gasto declarado durante un plazo de cinco años a partir del 31 de diciembre del año en el que se efectúe el último pago de la operación cofinanciada, conforme al artículo 82.1 del Reglamento (UE) 2021/1060.
17. La entidad adjudicataria se compromete a llevar a cabo la ejecución de este contrato "CREACIÓN DE NUEVOS CONTENIDOS DE VALOR DEL PRODUCTO CAMPING" cofinanciado por la Unión Europea a través del Programa de la Región de Murcia Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER) 2021-2027.
18. 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) 1060/2021 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 de la Unión Europea.

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 del Parlamento Europeo y del Consejo de 24 de junio de 2021, así como la referencia a la financiación de la Unión Europea". **Los logos que se emplearán serán los siguientes, colocándose en el encabezado, en el orden:**



Cofinanciado por  
la Unión Europea



MINISTERIO  
DE HACIENDA



Fondos Europeos



Región de Murcia

## 6. 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 2.

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 la fecha de la firma electrónica

Fdo. María del Mar Martínez Ballester

Directora Área de la Oficina de Promoción

Instituto de Turismo de la Región de Murcia

