



DEPUTACIÓN PROVINCIAL
A CORUÑA

Servizo de Promoción Económica, Turismo e Emprego

RESOLUCIÓN POLA QUE SE APROBA PARA O EXERCICIO ANUAL 2024 A “ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN E PROMOCIÓN INSTITUCIONAL DO SERVIZO DE PROMOCIÓN ECONÓMICA, TURISMO E EMPREGO” DESTA DEPUTACIÓN DA CORUÑA

Don **VALENTÍN GONZÁLEZ FORMOSO**, Presidente da Deputación Provincial da Coruña,

Visto os informes relativos a expedientes de contratación de soportes de promoción publicitaria correspondente a actuacións sostidas de promoción tanto institucional como do territorio provincial e dos diferentes sectores e axentes económicos da nosa contorna promovidos á instancia do deputado de área, no que se acreditan os seguintes

I.- ANTECEDENTES

Primeiro.- Ante a necesidade da cidadanía de coñecer información sobre as distintas actuacións que se realizan dende os poderes públicos ou de facer uso da información pública dunha forma fácil e accesible, publicouse a lei 19/2013, de 9 de decembro, de Transparencia, Acceso á Información Pública e Bo Goberno, que ten por obxecto ampliar e reforzar a transparencia da actividade pública, regular e garantir o dereito de acceso á información relativa a súa actividade e establecer as obrigas de bo goberno que deben cumprir os responsables públicos.

A sociedade non só precisa coñecer sobre os procedementos administrativos, trámites, xestións ou subvencións e contratos, neste eido trátase de elaborar unha imaxe pública da deputación da Coruña que reflicta os seus valores e a súa personalidade no que promove e amose as diversas políticas que desenvolve e os resultados que acada para a provincia.

Neste sentido, a Deputación da Coruña aprobou por resolución da presidencia número 29637 do pasado 23 de xuño de 2022 a Estrategia de Comunicación e Promoción Institucional 2022 e por resolución de presidencia número 47047 de 11 de novembro de 2022 a Estrategia de Comunicación e Promoción Institucional 2023 como ferramenta de apoio ao plan anual de contratación de accións en materia de promoción publicitaria do Servizo de Promoción Económica, Turismo e Emprego.

Segundo.- Na determinación da conveniencia de celebrar contratos obxecto da estratexia de comunicación e promoción institucional en cada exercicio anual e que requiren da validación ao través da presente resolución tense en conta tanto o impacto que se obterá na campaña publicitaria que corresponda implementar, como o retorno da inversión e o incremento da repercusión que aquela terá como consecuencia do potencial multiplicador de entidades e persoas cualificadas e acreditadas.

Neste senso, actualizamos a Estratexia de comunicación e promoción institucional como ferramenta útil, clara e eficaz, que facilita a transmisión externa e unha difusión axeitada da actividade institucional, así como os seus anexos que se completa coa licitación da Asistencia técnica para o apoio na análise, axuste e acreditación de prezos de mercado e impacto segundo valor publicitario equivalente en accións formuladas pola deputación da coruña en materia de promoción económica e turística

Terceiro.- A inversión en presenza e apoio á organización de actuacións deste tipo promove as economías e reforza o coñecemento institucional, o retorno económico da inversión realizada vai mais aló da recuperación lineal dende o punto de vista financeiro.

Vista a información ao respecto e os informes relativos ás propostas de contratación e en virtude das atribucións que me confire a normativa vixente

RESOLVO:

1.- Aprobar,para o exercicio anual 2024, a “Estratexia de Comunicación e Promoción Institucional do Servizo de Promoción Económica, Turismo e Emprego” de esta Deputación da Coruña que se transcribe de seguido:

Estratexia De Comunicación e Promoción Institucional 2023

Esta Estratexia de Comunicación e Promoción Institucional céntrase nas accións de promoción publicitaria que o Servizo de Promoción Económica, Turismo e Emprego desenvolva ao longo do exercicio 2024, accións que teñen por obxecto, entre outros, dirixir mensaxes á cidadanía para difundir iniciativas de interese así como mellorar o coñecemento dos servizos e políticas da entidade provincial.

ÍNDICE

1. PRESENTACIÓN
2. INTRODUCCIÓN
3. IMAXE INSTITUCIONAL
4. LIÑAS DE ACTUACIÓN DA ESTRATEXIA DE COMUNICACIÓN E PROMOCIÓN INSTITUCIONAL
5. ACCIÓNS, PRIORIDADES E SOPORTES DAS MENSAXES
6. EXECUCIÓN ORZAMENTARIA
7. AVALIACIÓN DA ESTRATEXIA

Anexos:

- I. Actualización 2023 conceptos/prezos unitarios
- II. Actualización 2023 contratos relacionados coa promoción publicitaria 2022

1. PRESENTACIÓN

Enmarcada no Plan de Comunicación e Promoción Institucional da Deputación da Coruña, en fase de elaboración, esta estratexia impulsada e formulada polo Servizo de Promoción Económica desenvólvese no ámbito de actuacións propostas a nivel externo e con distintos medios e soportes de comunicación, co propósito de convertela nunha ferramenta de información útil e eficaz para que os servizos relacionados participen e coñezan os obxectivos e compromisos da deputación nas actuacións desenvolvidas polo servizo de promoción económica.

A finalidade da estratexia é puramente informativa e planificadora, dado que as distintas accións desenvolveranse no momento en que se leve a cabo a súa execución a través da correspondente contratación de creatividades e soportes así como dos resultados dos informes emitidos sobre análise, axuste e acreditación de prezos de mercado, segundo o valor publicitario equivalente, en contratos de accións formuladas pola Deputación da Coruña en materia de Promoción Económica e Turismo.

Así mesmo debe indicarse que no é un instrumento ríxido, toda vez que o artigo 13 da Lei estatal de Publicidade e Comunicación Institucional posibilita que, con carácter excepcional e por motivos sobrevidos, poidan celebrarse campañas institucionais de publicidade e de comunicación non previstas nos plans de comunicación, e das que se dará debida e motivada conta no informe anual de publicidade e comunicación que se elabore ao final do exercicio por este servizo.

Actualizamos a estratexia de comunicación e promoción institucional como ferramenta útil, clara e eficaz, que facilita a transmisión externa e unha difusión axeitada da actividade institucional.

2. INTRODUCCIÓN

A Lei 29/2005, de 29 de decembro, de Publicidade e Comunicación Institucional establece uns parámetros dentro dos que desenvolver as accións de promoción publicitaria. Así, sinala os obxectivos de interese público que terán que perseguir, os límites que se terán que respectar na contratación e promoción das mesmas e ordena a utilización de medios, soportes ou formatos que aseguren a accesibilidade.

Deste xeito, visto o artigo 3 desta lei, as accións con carácter de comunicación externa a desenvolver por este servizo de Promoción Económica, Turismo e Emprego terán como obxectivos xerais:

- a Promover a difusión e coñecemento de valores e principios institucionais.
- b Difundir a cultura, o patrimonio histórico-artístico e a riqueza natural e paisaxística da nosa provincia, así como os valores, sinais de identidade ou cualidades do territorio ou da poboación.
- c Comunicar políticas, programas e actuacións públicas de relevancia e interese social.

Ademais, estas accións terán que contribuír a fomentar a igualdade entre homes e mulleres; respectar a diversidade social e cultural presente na sociedade e axustarse ás exixencias derivadas dos principios de interese xeral, lealdade institucional, veracidade, transparencia, eficacia, responsabilidade, eficiencia e austeridade no gasto, baixo os parámetros das garantías que aseguren que as accións de promoción e publicidade sexan efectivamente útiles á cidadanía e non ao goberno que as promove.

3. IMAXE INSTITUCIONAL

Dende a Estratexia de Comunicación e Promoción Institucional velarase pola axeitada implementación e utilización do Regulamento da Identidade Visual da Deputación Provincial da Coruña aprobado polo Pleno en sesión ordinaria do trinta de abril de dous mil vinte, que establece entre os elementos básicos de identidade corporativa a marca constituída polo símbolo e o logotipo corporativos (identificador principal, identificador secundario e outros elementos de identidade) que serán os utilizados, nas diferentes versións aprobadas, en todas as accións a poñer en marcha no marco desta estratexia.

O slogan/lema a utilizar en cada acción de promoción publicitaria debe sempre estar acompañada da marca e logotipo corporativo, agás naqueles casos nos que regulamentos que afectan á integridade e transparencia da actuación a desenvolver so permitan á disposición nos soportes de imaxe promocional sen identificación corporativa de entidades públicas, no senso de favorecer un entorno seguro e xusto sen publicidade comercial e institucional ou de carácter político, relixioso ou persoal.

O acceso á imaxe corporativa, ao seu manual e aos formatos e diferentes modelos, é público dende a páxina web da deputación da Coruña: <https://www.dacoruna.gal/documentacion/logos/logotipos>

4. LIÑAS DE ACTUACIÓN DA ESTRATEXIA DE COMUNICACIÓN E PROMOCIÓN INSTITUCIONAL

A estratexia basease nos obxectivos do propio servizo de informar e promover o desenvolvemento económico provincial e debe recoller as diferentes tipoloxías de comunicacións e promocións publicitarias que xestiona e quere xestionar, recollendo a comunicación existente entre a propia Deputación da Coruña e o público destinatario final e principal das accións desenvoltas e a desenvolver, establecendo os mecanismos de relación entre os obxectivos e prioridades de cada liña e a cidadanía.

Ten como obxectivos mais específicos:

- a Mellorar a visibilidade e presenza da deputación.
- b Obter recoñecemento institucional por parte de axentes públicos e privados.
- c Mellorar a difusión de políticas, servizos e produtos.
- d Dotar á comunicación e á promoción institucional de transversalidade que mellore a eficiencia comunicativa.
- e Homoxeneizar, na medida do posible, a imaxe corporativa e as marcas/lemas ligadas ás políticas, servizos e produtos.
- f Priorizar criterios de calidade comunicativa fronte a criterios de cantidade.

- g Incorporar a planificación e a previsión da difusión e promoción no deseño das propias accións.

Estruturase en torno a 5 liñas de actuación co obxectivo de distribuír o orzamento en publicidade e comunicación institucional de forma ordenada, equitativa e atendendo sempre aos principais obxectivos do servizo no exercicio orzamentario e aos fitos mais relevantes e dos que se espera un aumento do impacto publicitario previsto para a anualidade .

LIÑAS	
1	Promoción publicitaria ao través de sociedades anónimas deportivas (SAD) ligadas á promoción do deporte de base: proxectos de posta en coñecemento da cidadanía das diferentes accións, plans, programas e liñas de actuación da Deputación, mediante accións publicitarias para a potenciación da imaxe corporativa e as actuacións institucionais ligadas ao deporte, a saúde e a participación.
2	Promoción a través de probas ciclistas e outros eventos con percorridos pola provincia: proxectos de aumento do coñecemento e identificación da imaxe territorial da nosa provincia e os seus recursos naturais e patrimoniais.
3	Promoción de sectores económicos que precisan de diferenciación e mellora da competitividade: proxectos de dinamización económica local que promovan recursos locais e autóctonos acercando á deputación á actividade diaria dos diversos sectores que conforman a sociedade da provincia.
4	Promoción e posta en valor do patrimonio inmaterial da provincia: proxectos de creación de intereses e valores como recurso de atracción á provincia a través da obra de persoas ou entidades relevantes no territorio provincial.
5	Promoción de destinos e recursos turísticos a través do establecemento de relacións entre o sector público e privado que potencien produtos/servizos locais relevantes e mostren a diversificación provincial.

As accións a desenvolver vincúlanse maioritariamente coa presenza da marca/lema da deputación da Coruña e outros subprodutos creados a tal efecto, en soportes e espazos vinculados a actividades deportivas, feiras, mercados, obras artísticas, etc., segundo o informe que se envía ao servizo de Patrimonio e Contratación ao respecto do Plan Anual de Contratación para cada exercicio, das que se reservan accións para outras iniciativas de promoción publicitaria que baixo calquera das liñas deseñadas poidan xurdir ao longo da anualidade:

ACCIÓN DE PROMOCIÓN	LIÑA
Sociedades Anónimas Deportivas	LIÑA 1
Proba Ciclista	LIÑA 2
Proba Percorrido Territorial	LIÑA 2
Mercado da Deputación	LIÑA 3
Patrimonio Inmaterial	LIÑA 4
Destinos turísticos	LIÑA 5

Cada unha das accións de promoción e segundo o obxecto e prioridades da liña correspondente, desagregase en actividades de carácter publicitario e de comunicación a reflectir na modalidade de contratación para a execución da mesma, na que se expoñen aspectos como o obxectivo e o fin perseguido, o período de execución, os soportes e ferramentas offline e/ou online para as mensaxes publicitarias, etc., incorporando o custe establecido para cada un deses conceptos segundo o valor publicitario equivalente e o retorno da inversión publicitaria, termos referidos á análise de criterios de localización, visibilidade, competencia e potencialidade dos soportes das marcas ou lemas, que teñen en conta, segundo o medio e/ou soporte contratado, as audiencias xeradas, os tempos de exposición e permanencia nos medios, os espazos ocupados, o número de veces que se comparten imaxes ou textos coa marca/lema, etc., que permiten establecer o valor das insercións das mensaxes de promoción ao tempo que o valor das repercusións que se obteñen con elas, tanto económica como socialmente.

Existen múltiples soportes, espazos, medios e ferramentas para a comunicación e a promoción institucional, pero non todas son axeitadas segundo a mensaxe e as prioridades establecidas, a este respecto, formularanse as accións identificando os canais, mensaxes e linguaxe segundo o ámbito e público destinatario e segundo o momento (antes da acción, durante e despois do desenvolvemento da acción) de xeito de amplificar os impactos e o retorno socioeconómico previsto.

5. ACCIÓNS, PRIORIDADES E SOPORTES DAS MENSAXES

LIÑA 1.- Promoción publicitaria ao través de sociedades anónimas deportivas: proxectos de posta en coñecemento da cidadanía das diferentes liñas de actuación da Deputación, mediante campaña publicitaria para a potenciación da imaxe corporativa ligada ao deporte e ao deporte de base

Prioridades das mensaxes

Apoio e fomento do deporte de base e dos hábitos saudables

Promoción da igualdade de oportunidades para as persoas

Estímulo do deporte e esforzo en equipo

Promoción do turismo, a cultura, o patrimonio, a contorna natural e os produtos resultado de actividades socioeconómicas da provincia

Ámbito e público obxectivo

Difusión de ámbito nacional, autonómico e local

Accións dirixidas esencialmente á poboación infantil e xuvenil

Accións dirixidas á poboación nacional, rexional, provincial e local

Soportes

Establécese como clave a utilización de soportes online e offline que garanten a accesibilidade e a igualdade, dos que se establecen criterios de tamaño, espazo e tempo de exposición, etc.

Espazos/soportes online:

Espazos publicitarios en páxinas web

Espazos publicitarios en redes sociais (seguidores, post, impresións, interaccións,...)

Medios dixitais de prensa (artigos, novas, etc.)

Spots vídeos institucionais

Accións con xogadores

Espazos offline:

Equipación deportiva de xogo e entrenamento

Espazos en elementos de xogo

Espazos en pista de xogo (bancadas, gradas, pantallas LED, marcadores,...)

Paneis de prensa/Photocall

Cartelería

Medios comunicación e prensa escrita

Accións con xogadores

Vinilos medios de transporte

Imaxe/marca/lema

- Establecemento da imaxe corporativa da deputación segundo o Manual de Imaxe corporativa da deputación da Coruña, deseño e validación.
- Seguimento das propostas derivadas da análise da elixibilidade das actuacións a contratar efectuado pola asistencia técnica para o apoio á formulación de contratos de promoción e difusión publicitaria da Deputación da Coruña no marco das accións desenvoltas polo servizo de Promoción Económica, Turismo e Emprego.

LIÑA 2.- Promoción a través de probas ciclistas e outros eventos con percorridos pola provincia: proxectos de aumento do coñecemento e identificación da imaxe territorial da nosa provincia e os seus recursos naturais e patrimoniais.

Prioridades das mensaxes

Apoio e fomento do deporte de base e dos hábitos saudables

Promoción da igualdade de oportunidades para as persoas

Estímulo do deporte e esforzo en equipo

Promoción do turismo, a cultura, o patrimonio, a contorna natural e os produtos resultado de actividades socioeconómicas da provincia

Ámbito e público obxectivo

Difusión de ámbito internacional, nacional, autonómico e local

Accións dirixidas esencialmente á poboación infantil e xuvenil

Accións dirixidas á poboación nacional, rexional, provincial e local

Accións dirixidas á empresas produtoras e/ou de servizos a nivel provincial e local

Soportes

Establécese como clave a utilización de soportes online e offline que garanten a accesibilidade e a igualdade

Espazos/soportes online:

Espazos publicitarios en páxinas web

Espazos publicitarios en redes sociais (seguidores, post, impresións, interaccións,...)

Medios dixitais de prensa (artigos, novas, etc.)

Spots vídeos institucionais

Accións con deportistas

Espazos offline:

Equipación deportiva

Espazos en elementos de organización (podiums, arcos saída/meta, liñas de saída/meta,...)

Espazos en vías/percorrido (banderolas, vallas, paneis, estacións de control, ...)

Paneis de prensa/Photocall

Cartelería

Medios comunicación e prensa escrita

Accións con deportistas

Vinilos medios de transporte

Imaxe/marca/lema

- Establecemento da imaxe corporativa da deputación segundo o Manual de Imaxe corporativa da deputación da Coruña, deseño e validación
- Seguimento das propostas derivadas da análise da elixibilidade das actuacións a contratar efectuado pola asistencia técnica para o apoio á formulación de contratos de promoción e difusión publicitaria da Deputación da Coruña no marco das accións desenvoltas polo servizo de Promoción Económica, Turismo e Emprego.

LIÑA 3.- Promoción de sectores económicos que precisan de diferenciación: proxectos de dinamización económica local que promovan recursos locais e autóctonos acercando a deputación á actividade diaria dos diversos sectores que conforman a sociedade da provincia.

Prioridades das mensaxes:

Promoción da igualdade de oportunidades para as persoas

Promoción do turismo, a cultura, o patrimonio, a contorna natural e os produtos resultado de actividades socioeconómicas da provincia

Fomento e apoio ao desenvolvemento local a través dos recursos endóxeos

Fomento da economía social e da economía circular

Reforzo de produtos e servizos turísticos

Ámbito e público obxectivo

Difusión de ámbito internacional, nacional, autonómico e local

Accións dirixidas á poboación nacional, rexional e provincial

Accións dirixidas á empresas produtoras e/ou de servizos a nivel provincial e local

Accións dirixidas ao fomento do emprendemento con materias primas e produtos endóxeos

Soportes

Establécese como clave a utilización de soportes online e offline que garanten a accesibilidade e a igualdade

Espazos/soportes online:

Espazos publicitarios en páxinas web

Espazos publicitarios en redes sociais (seguidores, post, impresións, interaccións,...)

Medios dixitais de prensa (artigos, novas, etc.)

Spots vídeos institucionais

Espazos offline:

Espazos en elementos de organización (carpa, stands, identificación de artesáns, etc.)

Espazos en vías (banderolas, vallas, paneis, elementos de localización, ...)

Paneis de prensa/Photocall

Cartelería

Medios comunicación e prensa escrita

Imaxe/marca/lema

- Establecemento da imaxe corporativa da deputación segundo o Manual de Imaxe corporativa da deputación da Coruña, deseño e validación.
- Seguimento das propostas derivadas da análise da elixibilidade das actuacións a contratar efectuado pola asistencia técnica para o apoio á formulación de contratos de promoción e difusión publicitaria da Deputación da Coruña no marco das accións desenvoltas polo servizo de Promoción Económica, Turismo e Emprego.

LIÑA 4.- Promoción e posta en valor do patrimonio inmaterial da provincia: proxectos de creación de intereses e valores como recurso de atracción á provincia a través da obra de persoas relevantes no territorio.

Prioridades das mensaxes:

Promoción do turismo, a cultura, o patrimonio e a contorna natural

Apoio e posta en valor das diferentes identidades territoriais

Construción de marca para os territorios e os seus valores inmateriais

Reforzo de produtos diferenciais

Ámbito e público obxectivo

Difusión de ámbito nacional, autonómico e local

Accións dirixidas á poboación nacional, rexional e provincial

Accións dirixidas á empresas produtoras e/ou de servizos a nivel provincial e local

Accións dirixidas ao fomento do emprendemento con recursos endóxeos

Soportes

Establécese como clave a utilización de soportes online e offline que garanten a accesibilidade e a igualdade.

Espazos/soportes online:

Obra accesible en portal web turismo.gal

Maqueta dixital

Espazos publicitarios en redes sociais (seguidores, post, impresións, interaccións,...)

Medios dixitais de prensa (artigos, novas, etc.)

Espazos offline:

Obra (creatividade, exemplares, maqueta,...)

Medios comunicación e prensa escrita

Imaxe/marca/lema

- Establecemento da imaxe corporativa da deputación segundo o Manual de Imaxe Corporativa da deputación da Coruña, deseño e validación.
- Seguimento das propostas derivadas da análise da elixibilidade das actuacións a contratar efectuado pola asistencia técnica para o apoio á formulación de contratos de promoción e difusión publicitaria da Deputación da Coruña no marco das accións desenvoltas polo servizo de Promoción Económica, Turismo e Emprego.

LIÑA 5 Promoción de destinos turísticos a través do establecemento de relacións entre o sector público e privado que potencien produtos/servizos locais relevantes e mostren a diversificación provincial.

Prioridades das mensaxes:

Promoción do turismo de calidade

Incremento do coñecemento e consumo de produtos/servizos identificables en cada destino provincial

Construción de marca de calidade para os territorios e a súa produción

Desestacionalización do uso de produtos e servizos diferenciais na provincia

Ámbito e público obxectivo

Difusión de ámbito internacional, nacional, autonómico e local

Accións dirixidas á poboación internacional, nacional, rexional e provincial

Accións dirixidas á empresas produtoras e/ou de servizos a nivel local

Accións dirixidas ao fomento do emprendemento con recursos endóxeos

Soportes

Estabélcese como clave a utilización de soportes online e offline que garanten a accesibilidade e a igualdade.

Espazos/soportes online:

Espazos publicitarios en páxinas web

Espazos publicitarios en redes sociais (seguidores, post, impresións, interaccións,...)

Medios dixitais de prensa (artigos, novas, etc.)

Spots vídeos institucionais

Espazos offline:

Espazos en elementos físicos de organización (carpas, stands, identificación de produtos/produtores, arcos, etc.)

Espazos en vías (banderolas, paneis, elementos de localización, pancartas, flyers...)

Paneis de prensa/Photocall

Cartelería

Medios comunicación e prensa escrita

Imaxe/marca/lema

- Establecemento da imaxe corporativa da deputación segundo o Manual de Imaxe Corporativa da deputación da Coruña, deseño e validación.
- Seguimento das propostas derivadas da análise da elixibilidade das actuacións a contratar efectuado pola asistencia técnica para o apoio á formulación de contratos de promoción e difusión publicitaria da Deputación da Coruña no marco das accións desenvoltas polo servizo de Promoción Económica, Turismo e Emprego.

6. EXECUCIÓN ORZAMENTARIA (VALOR ESTIMADO DAS POSIBLES ACCIÓNS VINCULABLES Á ESTRATEXIA*)

ACCIÓN	Orzamento (valor estimado licitación)
Servizo de análise, axuste e acreditación de prezos de mercado, segundo o valor publicitario equivalente, en contratos de accións formuladas pola Deputación da Coruña en materia de Promoción Económica e Turismo PCO.001.2022.00640	33.057,85 €
RC Deportivo A Coruña (SAD)	206.611,57€
Racing Club de Ferrol (SAD)	206.611,57€
Basquet Coruña liga Leb Oro (SAD)	99.173,55€
Club Basquet Obradoiro (SAD)	165.289,26 €
TOTAL LIÑA 1	677.685,95 €
Volta Ciclista a Galicia "O Gran Camiño"	110.025,00 €
Gran Fondo Ézaro	24.793,39 €
Proba Percorrido Territorial	-
TOTAL LIÑA 2	134.818,39 €
Mercado da Deputación_Festival da Luz	49.586,78 €
Mercado da Deputación_Festival das Letras	49.586,78 €
Mercado da Deputación_Víndemo ver	12.396,69 €
Mercado da Deputación_Festa da Troita	6.611,57 €
Mercado da Deputación_Tanto Monte, Monte Tanto	6.611,57 €
Mercado da Deputación	
TOTAL LIÑA 3	124.793,39 €
Patrimonio Inmaterial	8.500,00 €
Patrimonio Inmaterial	11.570,25 €
TOTAL LIÑA 4	20.070,25 €
Destinos Turísticos 1_Globo Aerostático	104.958,68 €
Destinos Turísticos 2	33.057,85€
Destinos turísticos 3	33.057,85€
Destinos turísticos 4	-
TOTAL LIÑA 5	171.074,38 €

*Orzamento a aprobar no pleno do 24 de novembro

7. AVALIACIÓN DA ESTRATEXIA

Coñecer o grado de cumprimento de obxectivos e a eficacia das accións de comunicación e promoción institucional é una das partes esenciais definidas nesta estratexia do servizo de Promoción Económica, Turismo e Emprego.

Efectuaranse accións de seguimento e avaliación de cada unha das accións segundo os indicadores e medidas de resultado e de impacto definidos dende a asistencia técnica para o apoio á formulación de contratos de promoción e difusión publicitaria da Deputación da Coruña e o Informe do impacto publicitario e o retorno obtido en cada unha das accións promovidas de acordo ao alcance de obxectivos e segundo as prioridades formuladas para cada eixe da estratexia.

Pero tamén é necesario someter a actividade de promoción publicitaria do servizo de Promoción Económica no seu conxunto, elaborando un Informe de execución e valoración final do resultado da estratexia para esta anualidade que analice os indicadores de seguimento, de realización e de impacto da actividade publicitaria que inclúa todas as accións xunto as que foran realizadas con carácter excepcional, cos seus orzamentos, adxudicatarias e soportes e espazos correspondentes.

ANEXO I

CONCEPTOS E INTERVALOS DE PREZOS UNITARIOS DOS SOPORTES DE PROMOCIÓN PUBLICITARIA

Establécense intervalos de prezos polos conceptos maiormente utilizados, nos que as variacións entre importes dependen do valor de factores cualitativos e cuantitativos como:

- Categoría dos equipos
- Categorias das probas deportivas
- Tamaño da imaxe/logo/marca/lema a inxerir en soportes tanto offline como online
- Ubicación da imaxe/logo/marca/lema no soporte específico
- Volume dos soportes
- Ubicación do soporte no espazo físico (tránsito, pistas de xogo, equipos de transporte, saídas, metas, etc.)
- Tempo de exposición/mantemento da imaxe/logo/marca/lema en medios audiovisuais
- Visibilidade da mesma en distancia, lexibilidade
- Número de emisións de imaxe/logo/marca/lema
- Tirada de exemplares físicos (carteis, folletos, flyers, banderolas,....)
- Mensaxe a transmitir
- Audiencia e público obxectivo
- Cobertura mediática
- Interaccións, calidade e orixe das mesmas
- Exclusividade
- Linguaxe e lingua
- Retorno e Impacto da inversión
- Etc.

CONCEPTO/SOPORTE/ESPАЗO	INTERVALO CUSTES SEGUNDO OS MÁXIMOS E MINIMOS RECOLLIDOS NAS OFERTAS DE LICITACIÓNS SIMILARES DE ANTERIORES ANUALIDADES	
MENCIÓN/NAMING EQUIPO	115.410,05	
IMAXE CORPORATIVA EN EQUIPACIÓN		
Camisola amarela	5.000,00	
Camisola líder	3.800,00	11.400,00
Dianteira camiseta	4.736,84	180.000,00
Traseira superior	1.470,59	24.307,20
Perneira dereita	4.811,32	102.850,00
Perneira esquerda	4.610,00	
Traseira inferior	961,54	4.558,29
Manga camiseta	4.058,85	
Dianteira pantalón	961,54	12.153,60
Traseira pantalón	961,54	56.850,36
Cubre entrenamiento calentamento	477,63	18.150,00
Traseira cubre calentamento	477,63	10.030,26
Dorsal	1,00	600,00
Chaleco corta-ventos	1,00	900,00
SOPORTES/ESPАЗOS INSTALACIÓNS PECHADAS E ABERTAS		
Protectores laterais de pista	5.770,76	
Círculos tiros libres	7.099,65	
Protector de canasta	5.517,29	
Soportes canasta	1.176,47	9.722,90
Publimeta chan bancadas	4.650,71	
Led brazo de canasta	4.761,41	
Led de pista	1.176,47	16.202,50
Circulo central de xogo	4.840,53	
Reloxo 24 segundos	3.186,06	
Sobreimpresións	663,65	
Lona videomarcador	2.169,12	
Circulo central de xogo	4.840,53	
Reloxo 24 segundos	3.186,06	
Sobreimpresións	663,65	
Lona videomarcador	2.169,12	
Arco estático (espazo logo/lema 40 x 70)	3.305,79	6.000,00
Podio tráiler	5.700,00	6.700,00
Arco Led (espazo logo/lema 100 x 70)	5.000,00	20.000,00
Podio LED (espazo logo/lema 100 x 70)	3.000,00	8.500,00
Tótem (espazo logo/lema 40 x 70)	200,00	1.500,00
Estrutura meta (espazo logo/lema 40 x 70)	2.000,00	6.700,00
Valado (espazo logo/lema 100 x 80)	254,00	15.000,00
Lona de 3,6 m x 0,8 m en tribuna 2	9.000,00	18.000,00
Lonas de grada	277,78	19.446,00

CONCEPTO/SOPORTE/ESPACIO	INTERVALO CUSTES SEGUNDO OS MÁXIMOS E MINIMOS RECOLLIDOS NAS OFERTAS DE LICITACIÓNS SIMILARES DE ANTERIORES ANUALIDADES	
Lona de 3 m x 2,5 m con visión en toda la instalación a 12 m.	470,59	6.500,00
Balóns xigantes	500,00	1.000,00
Pancartas ovaladas solo	430,00	860,00
Fly banners	230,00	460,00
Deseño e Impresión de cartaces, programa, etc.	907,50	2.420,00
Difusión en medios escritos	750,00	
U TV EN PREVIO DE PARTIDO		
1 minuto de LED U TV add time	4.688,94	38.303,16
5 minutos de U TV por encontro	2.000,00	
3 vallas en U TV preferente	284,21€	10.800,00
SPOTS VIDEO PANTALLAS		
5 pases de 30" en previo de partido	650,00	
2 Spot de 30" en descanso encontros	500,00	
1 pase de 30" durante el transcurso del encontro	500,00	576,92
2 pases de 20" previa, descanso y final	5.471,88	32.875,36
8 pases de vídeo 8" sen son o imaxe fixa	2.348,24	14.089,44
4 cortinillas de 8" por partido add time	350,00	
Proxección vídeo 7"	3.000,00	21.000,00
Pantalla LED xigante	2.000,00	7.687,50
20 pases 30"	2.000,00	3.000,00
Proxección vídeo evento final	975,00	
HALL DE ENTRADA		
Activación promocional en hall de entrada	650,00	
Presenza en zona mixta instalación	63,68	2.420,00
Presenza en exteriores instalación	184,21	7.000,00
REVISTA #SOMOSOBRA		
1 espacio en la revista en A5 para campañas	600,00	
STANDS IDENTIFICADOS		
1 M ² (identificación, espacio, limpeza, seguridade)	37,36	89,60
1 M ² (espacio cuberto)	15,13	
Carpa lona 4x4	9.000,00	
Caseta madeira 3x8 con mostrador 60x180cm, estantes e almacenamento, cadeiras e tomas de forza: identificación completa e individual	18.586,78	
Montaxe/desmontaxe de carpa	3.025,00	
Conformar 20 postos expositivos ou de venda e 20 mesas no interior unha carpa	1.280,00	1.548,80
Identificación postos	2.000,00	
CARTELERÍA Y SALA DE PRENSA		
Panel de prensa - photocall	730,00	5.000,00

CONCEPTO/SOPORTE/ESPAAO	INTERVALO CUSTES SEGUNDO OS MÁXIMOS E MINIMOS RECOLLIDOS NAS OFERTAS DE LICITACIÓNS SIMILARES DE ANTERIORES ANUALIDADES	
Carteis primeiro equipo	431,25	500,00
Carteis canteira	250,00	
Cartel autobús viaxe equipo	47,76	1815,00
Pantalla micrófono	952,38	24.200,00
Cartel gran final	75,00	
Carteis circuío	75,00	375,00
Participación en presentacións oficiais	500,00	2000,00
WEB/REDES SOCIAIS		
Web	83,33	9.000,00
Banner Web	79,61	3.025,00
Banner periódico	1.250,00	
Banner noticias	975,00	
App club	83,33	
Espazos/artigos web	3.630,00	10.000,00
Espazos publicitarios en RRSS	5.000,00	15.000,00
Slider streaming	6.000,00	
Posts RRSS	2.000,00	
Reportaxe fotográfica e vídeo	400,00	3.025,00
PRESENTACIÓNS A MEDIOS		
Espazos e mencións en presentacións a medios de comunicación (radio, tv, prensa escrita)	3.100,00	9.300,00
Estrutura mercadotecnia	1.239,67	
OUTROS		
Autobús para asistentes en cada partido	350,00	
Vinilo vehículos	1.153,85	40.000,00
Accións con deportistas	576,92	
Equipación staff	300,00	
Reportaxe fotográfica e vídeos	1.239,67	
Maqueta/obra/exemplares	10.000,00	
Saída oficial	6.198,35	
Libro de ruta	1.239,67	
30 fotografías	150,00	4.500,00
Clinics práctica deportiva	1.815,00	3.630,00
Torneo deportivo	2.000,00	2.420,00
Entradas/acreditacións	25,00	6.050,00
Produtos oficiais	19,83	19.844,00
Espazo en produtos participantes e público	3.100,00	
Artículo área de publicidade	5.000,00	
Póster oficial club	47,76	1.815,00
Póster oficial partido/proba	47,76	1.815,00
Globo Aerostático (subministros, persoal e outros)	115.849,08	232.265,75
Fotógrafo operador dron	5.638,08	5.981,43

ANEXO II

CONTRATOS RELACIONADOS COA PROMOCIÓN PUBLICITARIA 2022

ACCIÓN	MODALIDADE	EXPEDIENTE	ESTADO
Servizo de análise, axuste e acreditación de prezos de mercado, segundo o valor publicitario equivalente, en contratos de accións formuladas pola Deputación da Coruña en materia de Promoción Económica e Turismo	Contrato aberto con múltiples criterios de adxudicación	PCO.001.2022.00640	En execución Fin de contrato 24/02/2025
RC deportivo A Coruña	Negociado sen publicidade	PCO.001.2023.00641	En fase de preparación
Racing Club de Ferrol	Negociado sen publicidade	PCO.001.2023.00642	En fase de preparación
Basquet Coruña liga LEB Oro (SAD)	Negociado sen publicidade	PCO.001.2023.00639	En fase de preparación
Club Basquet Obradoiro (SAD)	Negociado sen publicidade	PCO.001.2023.00640	En fase de preparación
Volta Ciclista a Galicia “O Gran Camiño”	Negociado sen publicidade	PCO.001.2023.00629	En fase de preparación
Gran Fondo Ézaro	Negociado sen publicidade	Proposta en fase de análise	
Mercado da Deputación Festival da Luz	Pendente proposta		
Mercado da Deputación Festival das Letras	Pendente proposta		
Mercado da Deputación Víndemo ver	Pendente proposta		
Mercado da Deputación Festa da Troita	Pendente proposta		
Mercado da Deputación Tanto Monte, Monte Tanto	Pendente proposta		
Destinos Turísticos Globo Aerostático	Aberto con multiplicidade de criterios	PCO.001.2023.00034	En trámite
Destinos turísticos Bergantiños	Negociado sen publicidade	PCO.001.2022.00558	En trámite
Destinos turísticos Compostela	Negociado sen publicidade	PCO.001.2022.00563	En trámite
Destinos Turísticos	Pendente proposta		

2º.- Dar conta da presente resolución á Secretaría e a Intervención.

3º.- Tramitar os expedientes derivados e relacionados coas liñas de actuación definidos na presente *“Estratexia de Comunicación e Promoción Institucional do Servizo de Promoción Económica, Turismo e Emprego”* a través da normativa que lles sea de aplicación en cada caso.

Contra a presente resolución, que pon fin á vía administrativa, pódese interpor alternativamente recurso de reposición potestativo, no prazo dun mes perante o mesmo órgano que ditou o acto, ou recurso contencioso-administrativo, perante o Xulgado do Contencioso Administrativo da Coruña ou daquel no que teña o seu domicilio o recorrente, á súa elección, no prazo de dous meses, a partir do día seguinte a aquel no que teña lugar a notificación. Se se optara por interpor o recurso de reposición potestativo non se poderá interpor recurso contencioso administrativo ata que aquel sexa resolto expresamente ou se produza a súa desestimación por silencio.

Todo isto, sen prexuízo de que se exercite calquera outro recurso que se estime pertinente.