



DEPUTACIÓN PROVINCIAL
A CORUÑA

Servizo de Acción Social, Cultural e Deportes

Sección de Deportes

**RESOLUCIÓN POLA QUE SE APROBA PARA O EXERCICIO ANUAL 2025 A
“ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN E PROMOCIÓN INSTITUCIONAL DO SERVIZO DE
ACCIÓN SOCIAL, CULTURAL E DEPORTES, SECCIÓN DE DEPORTES” 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 deportivos e 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 utiliza a Estrategia de Comunicación como ferramenta de apoio ao plan anual de contratación de accións en materia de promoción publicitaria da Sección de Deportes.

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 2025, a “Estratexia de Comunicación e Promoción Institucional do Servizo de Acción Social, Cultural e deportes, Sección de Deportes” de esta Deputación da Coruña que se transcribe de seguido:

Estratexia De Comunicación e Promoción Institucional 2025

Esta Estratexia de Comunicación e Promoción Institucional céntrase nas accións de promoción publicitaria que o Servizo de Acción Social, Cultural e Deportes desenvolve ao través da sección de Deportes, accións que teñen por obxecto, entre outros, dirixir mensaxes á cidadanía para difundir accións e iniciativas de interese público así como mellorar o coñecemento dos servizos e políticas deportivas da entidade provincial.

ÍNDICE

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

Anexos:

- I. Actualización 2025 conceptos/prezos unitarios
- II. Plan 2025 de accións relacionadas coa promoción publicitaria

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 Acción Social, Cultural e Deportes, sección de Deportes, 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 en materia de fomento do deporte.

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 formulación de creatividade e soportes así como dos resultados dos informes emitidos sobre análise, axuste e acreditación de prezos, segundo o valor publicitario equivalente, en contratos de accións formuladas pola Deputación da Coruña en materia de fomento do deporte.

Así mesmo debe indicarse que non 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.

Aplicarase 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

Deste xeito, visto o artigo 3 desta lei, as accións con carácter de comunicación externa a desenvolver por esta Sección de Deportes terán como obxectivos xerais:

- a. Promover a difusión e coñecemento de valores e principios institucionais.
- b. Contribuír á mellora da identidade en políticas deportivas da Deputación da Coruña.
- c. Mellorar e unificar á imaxe da área de deportes.
- d. Introducir procedementos que melloren a comunicación das actuacións que se promoven.
- e. Coordinar os medios de comunicación que se recollan no futuro Plan de Comunicación Institucional.

- f. Coordinar as accións dos diferentes programas e actuacións que se desenvolvan na provincia dende a área.
- g. Coordinar as accións das diferentes entidades colaboradoras autorizadas para o uso da imaxe.
- h. 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, previr a violencia, o racismo, a xenofobia e a intolerancia no deporte e nos espectáculos deportivos 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

A programación e deseño das estruturas visuais deben ser consecuencia da tradución da imaxe corporativa da Deputación da Coruña, da súa personalidade e dos seus obxectivos nas accións de promoción do deporte e a actividade física.

Na concreción da identidade deportiva formularanse dous elementos de identidade visual: a marca/logotipo e o lema ou lemas a utilizar dependendo do ámbito e público ao que se dirixa á información.

Esta identidade visual deberá ser aplicable a todos os soportes posibles (comunicación gráfica, entorno, persoas e servicios).

Dende a Estratexia de Comunicación e Promoción Institucional velarase pola axeitada implementación e utilización do Regulamento da Identidade Visual da Deputación Provincial da Coruña, 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.

Slogan/lema de uso actual en cor e tipografía aprobada:

[Compromiso co Deporte](#)

[O Deporte fainos grandes](#)

O acceso á imaxe corporativa, ao seu manual e aos formatos e diferentes modelos é público dende a páxina web da Deputación da Coruña:

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

A estratexia basease nos obxectivos da propia sección de informar e promover o o deporte e a actividade física baixo o marco das competencias da administración local, 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 da cidadanía..

Entre os obxectivos xerais formúlanse:

- Informar á poboación das actuacións levadas a cabo, dos aspectos da xestión deportiva na provincia, dos eventos deportivos e actividades propias, etc., utilizando como canal todos os diferentes medios de comunicación posibles.
- Ter cobertura publicitaria mediante soportes creados e editados de calquera actividade, servicio, instalación, etc.

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. Manter e mellorar o portal web de Deportes: <https://www.dacoruna.gal/deportes/> de xeito que permita atopar toda a información sobre os programas de subvencións e actuación deportivas propias que se ofertan, novas do deporte municipal, axenda deportiva, formación, inscricións, etc. servindo como punto de información de todo o deporte na provincia, facilitando o intercambio de ideas coa poboación.
- g. Priorizar criterios de calidade comunicativa fronte a criterios de cantidade.
- h. Incorporar a planificación e a previsión da difusión e promoción no deseño das propias accións.

A estratexia 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 deportivos 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 dos concellos e outras entidades deportivas locais que precisan de diferenciación e mellora da competitividade: programas de promoción e fomento, de dinamización e formación que melloren os seus recursos económicos e técnicos, etc.
4	Promoción e posta en valor do deporte e a actividade física: proxectos de creación de intereses e valores deportivos como recurso de atracción e creación de talentos na provincia ao través dos resultados de persoas, entidades ou actuacións relevantes no ámbito deportivo.
5	Accións destinadas a preservar a propia identidade deportiva e potenciar a súa actualización permanente ao través de actividades transversais de produción e creación de consumo deportivo.

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, grandes eventos, sociedades e entidades deportivas, federacións, etc., segundo o programa de subvencións de concorrencia competitiva, convenios, bolsas para deportistas e o informe que se envía ao servizo de Patrimonio e Contratación ao respecto do Plan Anual de Contratación para cada exercicio, das que se propoñen e reservan accións para outras iniciativas de promoción publicitaria que baixo calquera das liñas deseñadas poidan xurdir ao longo da anualidade:

ACCIÓN DE PROMOCIÓN	LIÑA
Club Basquet Coruña (SAD)	LIÑA 1

Club Basquet Obradoiro (SAD)	LIÑA 1
Real Club Deportivo da Coruña (SAD)	LIÑA 1
Racing Club Ferrol (SAD)	LIÑA 1
O Gran Camiño	LIÑA 2
Gran Fondo Ézaro	LIÑA 2
Os 10.000 Peregrinos	LIÑA 2
Andainas e percorridos por espazos naturais, camiños históricos e outros trazados: Camiños da Vía Verde, Carreiras Populares,	LIÑA 2
Programas de subvencións: FO103A, FO103B, FO103 C, FO103D, FO104, FO104V, FO106	LIÑA 3
Convenios entidades/concellos actividades/obras	LIÑA 3
Bolsas para Deportistas: BDEPA, BDEPB, BDEPC, BDEPD	LIÑA 3
Actividades con presenza de grandes deportistas de diferentes modalidades, colaboracións na organización de congresos, xornadas de promoción de modalidades deportivas de alto nivel, deporte de alta competición. Colaboracións con outras entidades deportivas para organización de actuacións de promoción do talento deportivo e fomento do deporte na provincia,...	LIÑA 4
Iniciativas da mocidade, das mulleres, das persoas maiores, das persoas con diversidade funcional, da cidadanía en xeral ou dende a interculturalidade que contribúan a transversalizar nos diferentes ámbitos deportivos (escolar, universitario, clubs, asociacións, federacións, concellos, ...) accións de igualdade, de prevención da violencia, do abandono da práctica deportiva, de sensibilización e concienciación sobre a importancia da integración de todas as persoas na oferta de deporte	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 financiamento (contratos, subvencións, convenios) 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 no caso das contratacións específicas de promoción publicitaria un Informe de Análise e Impacto do Valor Publicitario referido ao custe establecido para cada un dos conceptos contratados 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 establecido, 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 deportiva e 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 pola Sección de Deportes..

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 pola Sección de Deportes.

LIÑA 3.- Promoción dos concellos e outras entidades deportivas locais que precisan de diferenciación e mellora da competitividade: programas de

promoción e fomento, de dinamización e formación que melloren os seus recursos económicos e técnicos, etc.

Prioridades das mensaxes:

- Promoción da igualdade de oportunidades para as persoas e as organizacións
- Achegamento e proximidade de instalacións e infraestruturas necesarias para o desenvolvemento de actividade deportiva
- Promoción de accións transversais que erradiquen a violencia e promovan o respecto de todas as persoas.
- Fomento e apoio ao desenvolvemento de protocolos de responsabilidade deportiva
- Reforzo de produtos e servizos de xestión deportiva

Ámbito e público obxectivo

- Difusión de ámbito internacional, nacional, autonómico e local
- Accións dirixidas á poboación nacional, rexional e provincial
- Accións dirixidas a entidades e/ou de servizos deportivos 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

Espazos offline:

- Espazos en elementos de organización (carpa, stands, etc.)
- Espazos en vías (bandeirolas, valados, 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 pola Sección de Deportes.

LIÑA 4.- Promoción e posta en valor do deporte e a actividade física: proxectos de creación de intereses e valores deportivos como recurso de atracción e creación de talentos na provincia ao través dos resultados de persoas, entidades ou actuacións relevantes no ámbito deportivo.

Prioridades das mensaxes:

- Promoción do deporte e a actividade física como chave de saúde
- Apoio e posta en valor das diferentes identidades e modalidades deportivas
- Construción de marca deportiva nos territorios e os seus valores
- Reforzo de produtos/servizos 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 deporte cos talentos da provincia

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 www.dacoruna.gal/deportes/

Maqueta dixital

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

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

Vídeo conferencias, etc.

Espazos offline:

Conferencias, espazos tipo “TED Talks”, partidos de grandes equipos, grandes competicións internacionais, etc.

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 pola Sección de Deportes.

LIÑA 5 Iniciativas da mocidade, das mulleres, das persoas maiores, das persoas con diversidade funcional, da cidadanía en xeral ou dende a interculturalidade que contribúan a transversalizar nos diferentes ámbitos deportivos (escolar, universitario, clubs, asociacións, federacións, concellos, ...) accións de igualdade, de prevención da violencia, do abandono da práctica deportiva, de sensibilización e concienciación sobre a importancia da integración de todas as persoas na oferta de deporte

Prioridades das mensaxes:

Promoción do deporte e a actividade física para todas as persoas

Promoción da igualdade de oportunidades para as persoas

Incremento do coñecemento e consumo de produtos/servizos deportivos identificables para todas as persoas no territorio provincial

Construción de marca para o territorio

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 deportivas, entidades e/ou de servizos deportivos a nivel 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

Espazos offline:

Espazos en elementos físicos de organización (carpas, stands, 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.

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

ACCIÓN	Orzamento (valor estimado licitacións)
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 deportes PCO.001.2024.00840	41.740,06
RC Deportivo A Coruña (SAD) Tempada regular 2025-2026	218.491,74€
Racing Club de Ferrol (SAD) Tempada regular 2025-2026	206.198,37€
Basquet Coruña (SAD) Tempada regular 2025-2026	153.500,14€
Club Basquet Obradoiro (SAD) Tempada regular 2025-2026	90.279,80€
TOTAL LIÑA 1	668.470,05€
Volta Ciclista a Galicia "O Gran Camiño"	115.619,83€
Gran Fondo Ézaro	25.000,00€
Camiños da Vía Verde	14.652,62€
Os 10.000 peregrinos	150.000,00€
Probas percorrido territorial	Propostas en trámite
TOTAL LIÑA 2	315.619,83€

Programa de subvencións	3.875.000,00€
Convenios con entidades/concellos	10.000,00€
Bolsas para deportistas	206.500,00€
TOTAL LIÑA 3	4.091.500,00 €
Talentos	Propostas en trámite
Talentos	Propostas en trámite
Servizos diferenciais, novas modalidades deportivas:karting	7.089,92€
Servizos diferenciais, novas modalidades deportivas	Propostas en trámite
TOTAL LIÑA 4	7.089,92€
Programas mulleres	Propostas en trámite
Programas interculturais	Propostas en trámite
Programas interxeneracionais	Propostas en trámite
	Propostas en trámite
TOTAL LIÑA 5	- €

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 da Sección de Deportes.

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 da Sección de Deportes no seu conxunto, elaborando un Informe de execución e valoración final do resultado da estratexia para cada 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, 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, flexibilidade
- Número de emisións de imaxe/logo/marca/lema
- Tirada de exemplares físicos (carteis, libros, 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 socio-económico da inversión
- Etc.

CONCEPTO/SOPORTE/ESPAZO	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	1.215,36	24.307,20
Perneira dereita	4.047,62	102.850,00
Perneira esquerda	4.610,00	
Traseira inferior	961,54	4.558,29
Manga camiseta	4.058,85	
Dianteira pantalón	607,68	12.153,60
Traseira pantalón	961,54	69.032,58
Cubre entrenamiento calentamento	477,63	18.150,00
Traseira cubre calentamento	437,53	10.030,26

Dorsal	1,00	600,00
Chaleco corta-ventos	1,00	900,00
SOPORTES/ESPACIOS INSTALACIONES PECHADAS E ABERTAS		
Protectores laterais de pista	5.770,76	
Círculos tiros libres	7.099,65	
Protector de canasta	5.517,29	
Soportes canasta	972,29	9.722,90
Publimeta chan bancadas	4.650,71	
Led brazo de canasta	4.761,41	
Led de pista	972,29	16.202,50
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	26.000,00
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	486,15	19.446,00
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
Espazo en centro competición	3.000,00	
Vinilo impreso	3.630,00	
100 m. panel publicitado	7.090,60	
Inflables de protección con logo marca	10.000,00	
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	8.500,00
20 pases 30"	2.000,00	3.700,00
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 espazo en la revista #SOMOSOBRA en A5 para campañas	600,00	
Espazos en 2 edicións revista BISBARRA EN XOGO	1.500,00	
STANDS E OUTRAS ESTRUCTURAS IDENTIFICADOS		
1 M ² (identificación, espazo, limpeza, seguridade)	37,36	89,60
1 M ² (espazo cuberto)	15,13	
Carpa lona 4x4	9.000,00	10.000,00
Gradas	27.000,00	
CARTELERÍA Y SALA DE PRENSA		
Panel de prensa - photocall	730,00	5.000,00
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 circuito	75,00	375,00
Participación en presentacións oficiais	500,00	2.000,00
Fly banners	230,00	460,00
Deseño e Impresión de cartaces, programa, etc.	907,50	2.420,00
Difusión en medios escritos	750,00	
WEB/REDES SOCIAIS		
Web	3.000,00	10.000,00
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	3.600,00	6.000,00
Posts RRSS	2.000,00	
Reportaxe fotográfica e vídeo	400,00	3.025,00
Vídeo promocional	4.000,00	9.000,00
Creación contido dixital para difusión en RRSS (5 meses)	10.000,00	
PRESENTACIÓNS A MEDIOS		
Espazos e mencións en presentacións a medios de comunicación (radio, tv,	3.100,00	9.300,00

WEB/REDES SOCIAIS		
prensa escrita)		
Estrutura mercadotecnia	1.239,67	
Mediabook	4.000,00	
OUTROS		
Presenza dun/ha representante da Deputación en acto protocolario de inicio de competición	3.400,00	
Presenza dun/ha representante da Deputación no acto protocolario de entrega de premios da competición	4.000,00	
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	
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
Artigo 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
Totems 135m2 altura 5m.	2.420,00	3.267,00
Iglú inflable 6x10	968,00	
Fotógrafo operador dron	5.638,08	5.981,43
Inserción logo/marca institucional en produtos oficiais das competicións	4.500,00	
Aluguer de camion escenario e pantalla cos accesorios e conexións	7.126,90	

ANEXO II

PLAN ANUAL DE CONTRATOS RELACIONADOS COA PROMOCIÓN PUBLICITARIA

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 Deporte	Contrato aberto con múltiples criterios de adxudicación	PCO.001.2024.00840	En trámite. Patrimonio e Contratación
RC Deportivo A Coruña (SAD)	Negociado sen publicidade	PCO.001.2024.00641	Fase negociación
RC Deportivo A Coruña (SAD)	Negociado sen publicidade	Pendente de proposta 2025-2026	
Racing Club de Ferrol (SAD)	Negociado sen publicidade	PCO.001.2024.00642	Fase negociación
Racing Club de Ferrol (SAD)	Negociado sen publicidade	Pendente de proposta 2025-2026	
Basquet Coruña (SAD)	Negociado sen publicidade	PCO.001.2024.00639	Adxudicado
Basquet Coruña (SAD)	Negociado sen publicidade	Pendente de proposta 2025-2026	
Obradoiro CAB (SAD)	Negociado sen publicidade	PCO.001.2024.00640	Adxudicado
Obradoiro CAB (SAD)	Negociado sen publicidade	Pendente de proposta 2025-2026	
Volta Ciclista a Galicia “O Gran Camiño”	Negociado sen publicidade	PCO.001.2024.00814	En trámite. Patrimonio e Contratación
Gran Fondo Ézaro	Negociado sen publicidade	Pendente de proposta 2025	
Proba 10K Deputación da Coruña_10.000 peregrinos	Autorización de Gasto	2024000043903	En trámite. Patrimonio e Contratación
Circuíto Carreiras Populares	Negociado sen publicidade	PCO.001.2024.00839	En trámite. Fiscalización
Baloncesto 3x3	Negociado sen publicidade	PCO.001.2024.00188	Adxudicado
Bandeiras de remo	Negociado sen publicidade	PCO.001.2024.00509	En trámite. Fiscalización

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 Acción Social e deportes, sección de deportes”* 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.