



Junta de Andalucía

Consejería de Turismo, Cultura y Deporte

Empresa Pública para la Gestión del Turismo
y del Deporte de Andalucía S.A.

MEMORIA JUSTIFICATIVA DE LA EMPRESA PÚBLICA PARA LA GESTIÓN DEL TURISMO Y DEL DEPORTE DE ANDALUCÍA, S.A. PARA LA CONTRATACIÓN DE PLANIFICACIÓN DE MEDIOS Y COMPRA DE ESPACIOS PUBLICITARIOS EN PRENSA IMPRESA, MEDIOS DIGITALES, RADIO, TELEVISIÓN, PUBLICIDAD EXTERIOR Y CINE, ASÍ COMO EJECUCIÓN DE LOS PLANES DE MEDIOS PARA LAS ACCIONES DE COMUNICACIÓN DE PROMOCIÓN TURÍSTICA Y DEL DEPORTE DE ANDALUCÍA.

El objeto de la contratación es la PLANIFICACIÓN Y COMPRA DE ESPACIOS PUBLICITARIOS PARA LA PROMOCIÓN TURÍSTICA DEL DESTINO ANDALUCÍA Y DEL DEPORTE A NIVEL, PROVINCIAL, REGIONAL Y NACIONAL en 2024, según los siguientes lotes:

Lote 1: Prensa impresa, Medios digitales, Televisión y Radio

Lote 2: Exterior y Cine

Primero, turismo:

Este procedimiento se apoya en el establecimiento de vías de comunicación directas con el turista potencial a nivel regional y nacional a través de la transmisión continua de información turística en medios de comunicación y la emisión de mensajes publicitarios alineados a los intereses turísticos que se quiere potenciar a lo largo del año.

Se persigue la desestacionalización del turismo fuera de los periodos vacacionales tradicionales de temporada alta, sin perjuicio de la realización de campañas de comunicación específicas con motivo de acontecimientos y eventos de transcendencia o reclamo turístico, segmentos o productos turísticos específicos.

El ámbito principal de actuación de estas acciones es Andalucía, ya que del 39% de los desplazamientos turísticos nacionales generados en 2023 son realizados por los propios residentes en Andalucía, lo que supone el núcleo central del público objetivo al que dirigir esta información a fin de proporcionarles herramientas que faciliten su toma de decisión a la hora de realizar un viaje.

También tiene importancia la comunicación a nivel nacional a fin de establecer un contacto continuo con el resto de potenciales turistas a la región durante todo el año.

Otros objetivos que se buscan con estas acciones de comunicación son:

- Generar notoriedad de la marca turística Andalucía a través de los diferentes formatos publicitarios utilizados.
- Reforzar las campañas de comunicación genéricas y de temporada llevadas a cabo a lo largo del año.
- Trasladar de manera permanente propuestas y novedades turísticas dirigidas al público potencial de campaña

Segundo, deporte:

Objetivos que se buscan con estas acciones de comunicación son:

- Incrementar la práctica deportiva de la población andaluza.
- Aumentar el interés por la diversidad de modalidades deportivas y dar cabida a una serie de noticias relacionadas con el deporte que habitualmente no suelen tener cobertura en los Medios, así como ayudar al conocimiento y promoción de nuevos referentes deportivos de la Comunidad.



- Dar una mayor cobertura a asuntos importantes como el Deporte Base, el Deporte de Alto Rendimiento, los Grandes Eventos en Andalucía, el Deporte para Discapacitados, El Deporte y la Mujer, Deporte y Salud, las Federaciones Deportivas Andaluzas, así como cualquier otro asunto de interés en materia deportiva para Andalucía.

2.- CONTENIDO.

2.1.- Ámbito y Público destinatario:

Las acciones de comunicación se desarrollarán, con carácter general, en el ámbito de la Comunidad Autónoma de Andalucía, y en el resto del territorio nacional.

El público objetivo destinatario será aquel que se determine para cada caso, según el contenido de la acción de comunicación que se vaya a realizar.

Las empresas adjudicatarias de cualquiera de los lotes tendrán información cumplida de cuáles son los grupos de los públicos objetivos en cada momento, con la antelación suficiente para elaborar la planificación de soportes.

2.2.- Objetivos y mensajes:

Los objetivos y mensajes básicos de cada campaña serán determinados en cada caso concreto por Turismo y Deporte de Andalucía.

2.3.- Periodo de campaña (2024):

Las empresas adjudicatarias recibirán con antelación suficiente los calendarios que se establezcan para llevar a cabo las acciones de comunicación previstas.

Málaga, 9 de febrero de 2024