



CONSELLERÍA
DO MAR



Cofinanciado por
la Unión Europea



ANEXO TÉCNICO-ECONÓMICO PARA A EXECUCIÓN DE TRABALLOS TÉCNICOS DE MARKETING NO MARCO DO PPEC 2026 DA OPP DE NOIA

A presente contratación encádrase no Plan de Produción e Comercialización 2026 da Asociación Organización de Produtores Pesqueiros de Noia - OPPNOIA (OPP95) e estrutúrase en dous lotes vinculados a dúas medidas diferenciadas.

LOTE 1 SERVIZOS DE MARKETING E CONTIDOS NO MARCO DAS ACCIÓNS PREVISTAS NA MEDIDA PLAN DE MARKETING E COMUNICACIÓN 360 DE OPPNOIA EN MERCADOS OBXECTIVO. 202695S3M05

A. ENCADRAMENTO E OBXECTIVOS A LOGRAR CO PLAN DE MARKETING E COMUNICACIÓN 360 E COAS ACCIÓNS DE COMUNICACIÓN

A.1 Encadramento da medida

Esta asistencia técnica encádrase dentro da medida do Plan de Produción e Comercialización da Organización de Produtores Pesqueiros de Noia - OPPNoia da anualidade 2026.

Esta medida está completamente vinculada co obxectivo OCM: “Contribución á trazabilidade dos produtos da pesca e ao acceso dos consumidores a información clara e completa”.

Para os efectos concretos desta contratación, os obxectivos específicos da recomendación da Comisión de 3 de marzo de 2014 relativa á aplicación dos Plans de Produción e Comercialización directamente vinculados aos traballos obxecto desta contratación son os seguintes:

- 3.1.3.4. Preparación e realización de accións de comunicación e información aos consumidores.
- 3.1.8.4. Preparación e realización de campañas para promover os produtos da pesca.

Encadramento dentro do PPYC

- **MEDIDA 202695S3M05 Plan de marketing e comunicación 360 de OPPNoia en mercados obxectivo**
- **Acción 3. Accións de comunicación e información aos consumidores, na parte correspondente aos servizos de consultoría de marketing.**

A **Acción 2** da medida, relativa á elaboración do plan anual de accións para os mercados obxectivo, xa foi obxecto dunha contratación específica previa e, polo tanto, non forma parte do obxecto nin do orzamento da presente contratación.

Como resultado dese traballo previo xa se dispón do Plan de Marketing e Comunicación 2026, que constitúe a base técnica, estratéxica e operativa sobre a que deberán



CONSELLERÍA
DO MAR



Cofinanciado por
la Unión Europea



executarse os traballos desta contratación. En consecuencia, o adxudicatario non deberá elaborar un novo plan de accións, senón executar as actuacións de marketing previstas no plan xa elaborado e no Anexo I de alcance que se incorpora á contratación.

A medida parte do traballo previo desenvolvido pola entidade nos PPYC 2024-2025, no que se elaborou o Plan de Marketing e Comunicación 360, definindo obxectivos xerais e específicos, públicos obxectivo, canles de comunicación, eixes estratéxicos e principais ferramentas de acción. Así mesmo, no PPYC 2025 executouse un estudo para priorizar, a nivel do Estado español, as comunidades autónomas nas que podería aumentar a comercialización do produto, establecendo unha análise específica de dous mercados prioritarios.

O Plan de Marketing e Comunicación 2026 concreta este marco para a anualidade actual, establecendo Galicia como mercado prioritario de consolidación e Madrid e Cataluña como mercados de introdución e desenvolvemento, xunto con accións transversais en contidos, comunidade dixital e seguimento.

Para os efectos desta contratación, o **obxectivo** é dotar á OPP dunha asistencia técnica especializada para executar as actuacións de marketing e creación de contidos previstas no Plan de Marketing e Comunicación 2026 e no correspondente Anexo I, reforzando a información sobre a orixe, a calidade, a trazabilidade e os elementos diferenciais do Berberecho de Noia.

Esta contratación **comprende exclusivamente** os servizos de consultoría de marketing, deseño, creatividade, redacción, desenvolvemento e xestión de contidos en canles propias, coordinación das actuacións con creadores e prescritores e actuacións coa hostalería definidos no Anexo I “Consultoría de márketing, contidos e accións de campaña”. **Quedan expresamente excluídos** a planificación, contratación, intermediación, compra e xestión de medios, a compra de tráfico ou espazos publicitarios e a distribución pagada en medios, que serán obxecto dunha contratación independente.

O detalle das partidas, unidades previstas, horas orientativas, públicos, mercados, indicadores, entregables e medios de verificación recóllese no Anexo I que acompaña esta contratación, ao que se remite expresamente para evitar a duplicidade de información.

A actuación deberá poñer de manifesto, en todos os materiais e accións que proceda, o financiamento da Xunta de Galicia e da Unión Europea, conforme aos modelos e indicacións facilitados pola OPP.

A2 Obxectivos da OPPNOIA con esta medida

Os obxectivos que persegue a OPPNOIA con esta medida céntranse en dar continuidade ao Plan de Marketing e Comunicación 360, avanzando na valorización do sector marisqueiro de Noia e no posicionamento comercial do Berberecho de Noia.

Entre os obxectivos da actuación atópanse:

- Aumentar o recoñecemento do selo Berberecho de Noia.



CONSELLERÍA
DO MAR



Cofinanciado por
la Unión Europea



- Posicionar a marca como referencia en calidade, orixe, trazabilidade e sustentabilidade.
- Mellorar a información facilitada ao consumidor.
- Fortalecer a presenza dixital da marca.
- Reforzar o posicionamento do produto no sector gourmet.
- Impulsar a prescrición gastronómica.
- Executar as actuacións previstas no Plan de Marketing e Comunicación 2026 a través das canles propias e das actuacións con creadores de contido e hostalería recollidas no Anexo I.
- Obter métricas e evidencias que permitan acreditar a execución e resultados das actuacións realizadas.

Con esta acción dentro da medida preténdese materializar o Plan de Marketing e Comunicación 2026 mediante accións concretas de marketing e creación de contidos que reforcen o coñecemento da orixe, trazabilidade, calidade e elementos diferenciais do Barberecho de Noia e permitan avanzar no seu posicionamento nos mercados obxectivo.

B. CARACTERÍSTICAS DO LICITADOR

O provedor deberá ofrecer os servizos de marketing e desenvolvemento de contidos necesarios para a correcta execución dos traballos definidos neste anexo e no correspondente Anexo I.

Código CPV: 79413000 – Servicios de consultoría en gestión de marketing

C. TRABALLOS A REALIZAR E ORZAMENTO

Os traballos deste lote son os establecidos no Anexo I do Plan Barberecho de Noia 2026. Non se inclúe nesta contratación a elaboración do Plan anual de accións, xa executada mediante contratación independente.

TRABALLO 1 — CMTM-DIG-01. Medios dixitais propios

Execución dos traballos de web, redes sociais, SEO, contidos, tráfico á web, newsletters e seguimento mensual definidos no Anexo I, sen que a referencia ao tráfico á web implique a compra de tráfico, publicidade ou espazos en medios, que quedan fóra desta contratación.

Referencia de alcance:

- 12 contidos/actualizacións mensuais en RRSS durante 4 meses.
- 3 contidos mensuais en web.
- 2 newsletters.
- Informes mensuais.
- 140 horas orientativas.

Orzamento máximo da partida: 14.000,00 € sen impostos.



CONSELLERÍA
DO MAR



Cofinanciado por
la Unión Europea



TRABALLO 2 — CMTM-DIG-02. Creadores de contido gastronómico

Busca, selección, coordinación, briefing, seguimento e recompilación dos contidos xerados por creadores gastronómicos nos mercados establecidos no Plan.

Referencia de alcance:

- 3-4 perfís seleccionados.
- 6-8 contidos publicados sobre Berberecho de Noia.
- 60 horas orientativas.

Orzamento máximo da partida: 15.000,00 € sen impostos.

TRABALLO 3 — CMGAL-HOS-01. Accións con hostaleiros en Galicia

Execución das actuacións con hostalería previstas no Anexo I: unboxing premium, presenza en carta ou soporte dixital, distintivos de marca, materiais de apoio, argumentario para sala e comunicación da acción.

Referencia de alcance:

- 4-8 restaurantes adheridos.
- 6-10 unboxings enviados.
- Materiais identificativos e argumentario para sala.
- 70 horas orientativas.

Orzamento máximo da partida: 13.000,00 € sen impostos.

TOTAL LOTE 1: 42.000,00 € sen impostos.

As condicións concretas de execución, entregables, indicadores e medios de verificación serán as establecidas no Anexo I. As horas recollidas nel teñen carácter orientativo para dimensionar as cargas de traballo, sen alterar as unidades e resultados mínimos que resulten esixibles.

* Todo o material desenvolvido incluírá a cesión de dereitos de uso á OPP95 para fins institucionais, de comunicación, promoción e valorización da marca e do produto.

* Queda expresamente excluída desta contratación a compra, planificación e xestión de medios, que será obxecto, no seu caso, dunha contratación posterior independente en función dos medios a utilizar e do alcance definido para cada mercado no plan de acción.



CONSELLERÍA
DO MAR



Cofinanciado por
la Unión Europea



D. ENTREGABLES

Os entregables serán os establecidos no Anexo I e incluírán, como mínimo:

- Calendario editorial e contidos publicados nas canles propias.
- Actualizacións web, contidos SEO e newsletters.
- Listado e coordinación de perfís de creadores de contido.
- Briefings, acordos ou documentación equivalente e contidos publicados.
- Materiais e resultados das actuacións con hostalería.
- Resumo de execución e información necesaria para integrar os resultados na memoria de subcontratación.

LOTE 2. SERVIZOS DE MARKETING E CONTIDOS NO MARCO DA CAMPAÑA DE PROMOCIÓN E VALORIZACIÓN DO BERBERECHO DE CUARTA — MEDIDA 202695S4M01

A. ENCADRAMENTO E OBXECTIVOS DA CAMPAÑA DE PROMOCIÓN E VALORIZACIÓN DO BERBERECHO DE CUARTA

A.1 Encadramento da medida

Esta asistencia técnica encádrase dentro da medida de Campaña de promoción e valorización do berberecho de 4ª da anualidade 2026 da Organización de Produtores Pesqueiros de Noia - OPPNoia.

Esta medida está completamente vinculada co obxectivo OCM de adaptar a oferta de determinadas especies, así como co obxectivo específico recollido na recomendación da Comisión de 3 de marzo de 2014 relativa á aplicación dos Plans de Produción e Comercialización seguinte:

- 4.2. Desenvolvemento de estratexias e instrumentos específicos de produción e comercialización.

Encadramento dentro do PPYC

- MEDIDA 202695S4M01 Campaña de promoción e valorización do berberecho de 4ª

Accións:

- Acción 2. Campaña específica de promoción, exclusivamente na súa compoñente de marketing.
- Acción 3. Relacións cos medios: elaboración e envío dunha nota de prensa a medios locais co novo posicionamento do produto.



CONSELLERÍA
DO MAR



Cofinanciado por
la Unión Europea



A **Acción 1**, relativa á planificación da campaña 2026, xa foi desenvolvida previamente e non forma parte da presente contratación. A execución dos traballos partirá do Plan Berberecho de Cuarta 2026 xa elaborado, que constitúe o documento de referencia para o enfoque, obxectivos, públicos, mensaxes, posicionamento, canles e accións da campaña.

A medida ten como finalidade promover e valorizar o berberecho de cuarta categoría, **coa súa nova denominación comercial cando resulte aprobada**, captando novos consumidores e reforzando a súa posición no mercado como estratexia específica de comercialización en liña co obxectivo OCM de adaptar a oferta de determinadas especies.

A medida parte da **necesidade detectada pola OPPNoia** de reforzar o recoñecemento e a demanda do berberecho de menor talla comercial, co obxectivo de mellorar a súa percepción entre os consumidores e fortalecer a súa posición no mercado, resaltando que se trata dun produto que cumpre sempre coa talla mínima legal e cos estándares internos de calidade da OPP, e que presenta unha talla de selección superior fronte a outras categorías comerciais equivalentes.

A campaña deberá poñer en valor a calidade, calibre, sabor, orixe, trazabilidade, selección e versatilidade gastronómica do produto, evitando a súa asociación cun produto de menor calidade.

O **obxecto** desta contratación é executar a parte de marketing da campaña prevista no Plan Berberecho de Cuarta 2026, mediante os traballos concretos establecidos no Anexo I “Consultoría de márketing, contidos e accións de campaña”.

O detalle de partidas, unidades, horas estimadas, indicadores e evidencias recóllese no citado **Anexo I**, que forma parte da documentación da contratación e ao que se remite o presente documento para evitar duplicidades.

Quedan expresamente **excluídas** a compra, planificación, intermediación e xestión de medios, salvo a elaboración e remisión da nota de prensa expresamente incluída na Acción 3.

A actuación deberá poñer de manifesto, nos materiais e accións que proceda, o financiamento da Xunta de Galicia e da Unión Europea conforme aos modelos facilitados pola OPP.



A2 Obxectivos da OPPNOIA con esta medida

Os obxectivos que persegue a OPPNOIA con esta **medida** céntranse en promover e valorizar o berberecho de cuarta categoría, atraendo novos consumidores e reforzando a súa posición no mercado dos mariscos como unha estratexia específica de comercialización en liña co obxectivo OCM de adaptar a oferta de determinadas especies con dificultades de comercialización ao longo do ano.

O **obxectivo** da medida é adaptar a oferta de determinadas especies, dando continuidade ao traballo xa iniciado nas campañas piloto de 2024 e 2025 avanzando en 2026 nunha execución máis estruturada das accións de marketing previstas para mellorar o recoñecemento e a demanda desta categoría.

Os obxectivos das accións previstas son fomentar a adaptación da oferta de especies con dificultades de comercialización, como é o berberecho de menor talla comercial, e posicionar esta categoría como un produto diferenciado e de valor, trasladando ao consumidor unha mensaxe clara sobre a súa calidade, a súa selección comercial, a súa trazabilidade e os seus elementos diferenciais.

En particular, Os obxectivos que persegue a OPPNOIA con esta medida son:

- Promover e valorizar o berberecho de menor talla comercial.
- Mellorar a percepción desta categoría evitando a súa asociación cun produto menor ou de baixa calidade.
- Poñer en valor os seus diferenciais: calibre, sabor, textura, orixe, trazabilidade, selección e control.
- Dar a coñecer a nova denominación comercial que resulte aprobada pola OPP.
- Explicar aos consumidores e profesionais a equivalencia entre a nova denominación e a clasificación anterior.
- Facilitar materiais e argumentos aos puntos de venda, hostalería e prescritores.
- Xerar contidos dixitais e gastronómicos que presenten o produto dunha forma atractiva e coherente co seu valor real.
- Executar unha acción presencial que contribúa ao indicador da medida de, polo menos, 350 consumidores receptores da acción de promoción.
- Desenvolver e remitir a nota de prensa prevista na Acción 3 da medida.

Con esta acción dentro da medida **preténdese** executar a campaña de valorización definida para 2026, trasladando ao consumidor un posicionamento positivo da categoría e contribuíndo á adaptación da súa oferta ás oportunidades reais de comercialización.



CONSELLERÍA
DO MAR



Cofinanciado por
la Unión Europea



B. CARACTERÍSTICAS DO LICITADOR

O provedor deberá ofrecer os servizos de marketing e desenvolvemento de contidos necesarios para a correcta execución dos traballos definidos neste anexo e no correspondente Anexo I.

Código CPV: 79413000 – Servicios de consultoría en gestión de marketing

C. TRABALLOS A REALIZAR E ORZAMENTO

Os traballos deste lote desenvolveranse conforme ao Plan Berberecho de Cuarta 2026 xa elaborado e ao seu Anexo I de alcance. Non forma parte desta contratación a elaboración dun novo documento de planificación da campaña.

TRABALLO 1 — B4-CM-NAM-01. Lanzamento do novo naming

Execución das actuacións necesarias para incorporar e difundir a nova denominación dentro da campaña: acto interno, adaptación de mensaxes, publicacións web/RRSS e banner web.

Referencia de alcance:

- 1 acto interno.
- 3 publicacións en RRSS.
- 3 publicacións en web.
- 10 horas estimadas.

Orzamento máximo da partida: 650,00 € sen impostos.

TRABALLO 2 — B4-CM-DIG-01. Contidos web, blog e receitas

Creación dos contidos definidos no Anexo I para explicar a categoría, a nova denominación e os seus usos gastronómicos, incluíndo a elaboración e remisión dunha nota de prensa a medios locais co novo posicionamento do produto, en cumprimento da Acción 3 da medida. .

Referencia de alcance:

- 2 landing/apartados web.
- 1 post de blog.
- 2 receitas.
- 1 nota de prensa elaborada e remitida a medios locais.
- 8 horas estimadas.

Orzamento máximo da partida: 600,00 € sen impostos.



Cofinanciado por
la Unión Europea



Como evidencia da Acción 3 deberá incorporarse á memoria de subcontratación a versión final da nota de prensa e a acreditación da súa remisión aos medios locais, mediante correos electrónicos, rexistros de envío ou documentación equivalente.

TRABALLO 3 — B4-CM-DIG-02. Campaña orgánica en redes sociais

Desenvolvemento da campaña orgánica destinada a presentar a categoría e contribuír a corrixir a percepción asociada ao seu tamaño.

Referencia de alcance:

- 6 publicacións orgánicas.
- Stories.
- 1 destacado en Instagram.
- 12 horas estimadas.

Orzamento máximo da partida: 750,00 € sen impostos.

TRABALLO 4 — B4-CM-PV-01. Acción en mercado ou punto de venda

Execución dunha acción presencial para achegar a campaña ao consumidor e explicar a nova denominación.

Referencia de alcance:

- 1 acción presencial nun mercado ou punto de venda galego.
- Reparto de 300 folletos.
- 24 horas estimadas.

Orzamento máximo da partida: 2.300,00 € sen impostos.

TRABALLO 5 — B4-CM-PV-02. Materiais informativos para punto de venda

Deseño e elaboración dos materiais de campaña previstos no Anexo I.

Referencia de alcance:

- 1.500 folletos.
- 1 dossier de prensa dixital.
- Adaptacións básicas.
- 5 horas estimadas.

Orzamento máximo da partida: 300,00 € sen impostos.

No marco da Acción 3 da medida incluírase igualmente a elaboración e o envío de, polo menos, 1 nota de prensa a medios locais co novo posicionamento do produto, coordinada cos materiais e mensaxes da campaña.

TOTAL LOTE 2: 4.600,00 € sen impostos.



CONSELLERÍA
DO MAR



Cofinanciado por
la Unión Europea



A **adquisición de produto** para unha eventual acción presencial, cando proceda, realizarase nas condicións previstas no Plan e no Anexo I. Calquera gasto non expresamente incluído no alcance económico do Anexo I terá a consideración de non incluído nesta contratación.

D. ENTREGABLES

Os entregables serán os establecidos no Anexo I e incluírán, como mínimo:

- Mensaxes e materiais correspondentes ao lanzamento do novo naming.
- Contidos web, blog e receitas.
- Campaña orgánica en redes sociais.
- Acción presencial en mercado ou punto de venda.
- Materiais informativos e artes finais.
- Dossier de prensa dixital.
- Nota de prensa elaborada e evidencia da súa remisión a medios locais.
- Resumo de execución e información necesaria para integrar os resultados na memoria de subcontratación.

CONDICIÓNS COMÚNS A AMBOS LOTES

1. EVIDENCIAS E MEMORIA DE SUBCONTRATACIÓN

Cada adxudicatario deberá presentar unha memoria de subcontratación independente por cada lote que lle sexa adxudicado:

- Memoria de subcontratación do Lote 1, correspondente á Medida 202695S3M05 — Plan de marketing e comunicación 360 de OPPNoia en mercados obxectivo.
- Memoria de subcontratación do Lote 2, correspondente á Medida 202695S4M01 — Campaña de promoción e valorización do berberecho de 4^a.

No caso de que ambos os lotes sexan **adxudicados ao mesmo contratista**, este deberá presentar igualmente dúas memorias independentes. Cada lote está vinculado a unha medida diferente do PPYC, polo que a súa execución e xustificación deberán acreditarse separadamente para a súa incorporación ao informe da medida correspondente.

As evidencias e medios de verificación previstos nos respectivos Anexos I non se configurarán como entregas independentes, senón que deberán recompilarse, organizarse e incorporarse á **memoria correspondente ao lote e á medida á que pertencen**, co obxecto de acreditar a correcta e completa execución dos traballos contratados.



CONSELLERÍA
DO MAR



Cofinanciado por
la Unión Europea



Cada memoria deberá presentarse asinada ao remate dos traballos correspondentes ao lote e conter, como mínimo:

- Identificación do contrato, lote, medida e período de execución.
- Identificación do adxudicatario.
- Descrición dos traballos efectivamente realizados, estruturada segundo as partidas e tarefas previstas no correspondente Anexo I.
- Relación das unidades, accións, contidos ou horas executadas, segundo corresponda.
- Datas ou período de realización das actuacións.
- Resultados obtidos e grao de cumprimento dos indicadores e resultados previstos no Anexo I.
- Relación dos entregables realizados.
- Relación e identificación das evidencias que acrediten a execución de cada partida ou tarefa.
- Incidencias, desviacións ou adaptacións producidas durante a execución, de ser o caso, coa súa correspondente explicación.
- Declaración de que os traballos descritos e as evidencias achegadas corresponden aos servizos efectivamente executados no marco da contratación.
- Data, identificación e sinatura da persoa responsable do adxudicatario.

Como evidencias e medios de verificación, deberán incorporarse os especificamente establecidos para cada partida nos respectivos Anexos I e, segundo resulte aplicable á natureza de cada actuación: capturas de pantalla, ligazóns/URL, rexistros de publicacións, métricas de redes sociais e web, informes de Analytics, calendarios editoriais, listaxes, bases de datos, fotografías, materiais e artes finais, documentos ou acordos con colaboradores, briefings, comprobantes de envíos, publicacións, newsletters, dossiers, notas de prensa, evidencias da súa remisión, materiais utilizados nos puntos de venda, relación de establecementos participantes e calquera outra documentación prevista no Anexo I que permita comprobar a efectiva realización da actuación.

As evidencias deberán estar identificadas e vinculadas ao lote, á medida e á partida ou tarefa concreta á que correspondan, de maneira que permitan verificar o cumprimento das unidades, actuacións, entregables e indicadores establecidos.

A memoria e as evidencias **presentaranse** en formato dixital, de forma ordenada e suficientemente identificada para permitir a súa comprobación pola entidade contratante.

2. IDENTIDADE VISUAL, PROPIEDADE DOS RESULTADOS E PROTECCIÓN DE DATOS

Tanto os documentos finais como as accións e materiais que correspondan incluírán os logotipos da OPP e, de ser o caso, das entidades financiadoras/colaboradoras, conforme ao modelo facilitado pola OPP.

A OPP será titular en exclusiva da propiedade intelectual e industrial de todos os resultados (informes, BBDD, cuestionarios, guións, scripts, creatividade, pezas, modelos e materiais), así como dos dereitos de explotación, sen limitación temporal nin territorial.



CONSELLERÍA
DO MAR



Cofinanciado por
la Unión Europea



O adxudicatario renuncia a calquera dereito sobre eles e garante a cesión de dereitos fronte a terceiros.

Os datos persoais, de ser o caso, trátaranse conforme á normativa vixente. O adxudicatario achegará, cando proceda, o Acordo de Encargado do Tratamento, o Rexistro de Actividades e as evidencias de consentimento ou lexitimación que correspondan.

Non será necesaria a remisión posterior dun modelo específico de memoria, ao quedar establecidos neste anexo os seus contidos mínimos e os medios de acreditación da execución.

3. PRAZO DE EXECUCIÓN

O prazo máximo de execución será ata o 30/12/2026 e iniciárase desde a publicación da resolución de adxudicación no perfil do contratante.

4. ORZAMENTO MÁXIMO DE LICITACIÓN

- Lote 1 — Medida 202695S3M05: 42.000,00 € (impostos non incluídos).
- Lote 2 — Medida 202695S4M01: 4.600,00 € (impostos non incluídos).

TOTAL CONTRATACIÓN: 46.600,00 € (impostos non incluídos).

En ningún caso poderá superarse o orzamento máximo de cada lote. Así mesmo, deberán respectarse os importes máximos das partidas establecidos nos respectivos Anexos I.

5. OBSERVACIÓNS SOBRE AS OFERTAS

Criterio de adxudicación: a oferta económica máis vantaxosa.

A oferta deberá presentarse de forma diferenciada por lotes e conter un orzamento desagregado por partidas, unidades e, cando proceda, horas e perfil profesional, cun máximo de dous decimais.

A oferta deberá utilizar, como mínimo, a seguinte estrutura:

Partida /Tarefa	Descrición	Unidade	Nº unidades/horas	Custo unitario s/IVE (ou custo/hora)	Custo total s/IVE
--------------------	------------	---------	----------------------	--	----------------------



Cofinanciado por
la Unión Europea



Código da partida segundo o Anexo I	Denominación e breve descripción da tarefa ofertada	Unidade, servizo, peza, acción ou hora, segundo corresponda	Cantidade ofertada	Importe unitario sen IVE	Importe total sen IVE

Para o Lote 1, a oferta deberá respectar as partidas CMTM-DIG-01, CMTM-DIG-02 e CMGAL-HOS-01 do Anexo I.

Para o Lote 2, a oferta deberá respectar as partidas B4-CM-NAM-01, B4-CM-DIG-01, B4-CM-DIG-02, B4-CM-PV-01 e B4-CM-PV-02 do Anexo I.

A elaboración dos plans que serven de base para a execución de ambos os lotes non se inclúe no orzamento desta contratación. Os traballos ofertados deberán partir dos documentos de planificación de 2026 facilitados pola OPP e centrarse na súa execución.

A planificación, compra, contratación, intermediación e xestión de medios quedan fóra desta contratación e serán obxecto, de ser o caso, dunha contratación independente, sen prexuízo da elaboración e remisión da nota de prensa expresamente prevista no Lote 2.

Lugar e data

Asdo.: Arturo González Iglesias

Presidente