INFORME SOBRE LAS OFERTAS ANORMALMENTE BAJAS PRODUCIDAS DENTRO DEL LOTE 3 DEL CONTRATO DE SERVICIOS "PLANIFICACIÓN DE MEDIOS Y COMPRA DE ESPACIOS PUBLICITARIOS EN PRENSA, RADIO, TELEVISIÓN, PUBLICIDAD EXTERIOR Y CINE, ASÍ COMO EJECUCIÓN DE LOS PLANES DE MEDIOS PARA LAS ACCIONES DE COMUNICACIÓN DE LA CONSEJERÍA DE LA PRESIDENCIA, ADMINISTRACIÓN PÚBLICA E INTERIOR DE LA JUNTA DE ANDALUCÍA" (CONTR/2019/709255).

PRIMERO.- De conformidad con el ANEXO XI del Pliego de Cláusulas Administrativas y Particulares, dentro del contrato de servicios "**PLANIFICACIÓN DE MEDIOS Y COMPRA DE ESPACIOS PUBLICITARIOS EN PRENSA, RADIO, TELEVISIÓN, PUBLICIDAD EXTERIOR Y CINE, ASÍ COMO EJECUCIÓN DE LOS PLANES DE MEDIOS PARA LAS ACCIONES DE COMUNICACIÓN DE LA CONSEJERÍA DE LA PRESIDENCIA, ADMINISTRACIÓN PÚBLICA E INTERIOR DE LA JUNTA DE ANDALUCÍA**", los parámetros para considerar una oferta anormalmente baja son los siguientes:

"*Para cada lote, aquellas proposiciones que en los criterios de adjudicación 1.1, 1.2, 1.3 y 1.4 del apdo. "1. Proposición Económica" de los Criterios de adjudicación y baremos de valoración (Anexo X) aplicables a ese lote determinado, relativos a la oferta de CPM, Descuento sobre tarifa oficial, Coste neto/ud, Comisión por tramitación de agencia y Recargo sobre inserciones puntuales fuera de tarifa o de los formatos ofertados, obtengan una puntuación cuya suma sea superior en un 30% a la puntuación media agregada de esos mismos tres criterios 1.1, 1.2, 1.3 y 1.4 obtenida por las proposiciones valoradas (=media aritmética de la suma de las puntuaciones obtenidas por todas las proposiciones valoradas en esos tres criterios de adjudicación)".*

En estos supuestos se estará a lo previsto en la LCSP y en el RGLCAP. Cuando hubieren presentado ofertas empresas que pertenezcan a un mismo grupo, en el sentido del artículo 42.1 del Código de Comercio, se tomará únicamente, para aplicar el régimen de identificación de las ofertas incursas en presunción de anormalidad, aquella que fuere más baja, y ello con independencia de que presenten su oferta en solitario o conjuntamente con otra empresa o empresas ajenas al grupo y con las cuales concurran en unión temporal".

Como puede observarse, los criterios para la consideración de la baja temeraria se refieren única y exclusivamente a la oferta económica:

- CPM (Coste por mil impactos).
- Descuento sobre tarifa oficial.
- Coste neto/unidad.
- Comisión por tramitación de agencia.
- Recargo sobre inserciones puntuales fuera de tarifa o de los formatos ofertados.

SEGUNDO.- Los licitadores cuyas ofertas han incurrido en baja en el Lote 3, aplicando la fórmula transcrita anteriormente, son los siguientes:

EMPRESA

Es copia auténtica de documento electrónico

FIRMADO POR	PEDRO ALVAREZ CAMPOS	03/11/2020	PÁGINA 1/39
VERIFICACIÓN	Pk2jm6NMDA7EZYQQFCME48BEK8DXCL	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma	

PROXIMIA HAVAS, S.L.U
M&C SAATCHI MADRID, S.L
ZOSMAMEDIA, S.L

TERCERO.- Tras ser requeridas de cara a la justificación de las ofertas anormalmente bajas, las tres entidades licitadoras presentaron alegaciones. Tras el estudio de dichas alegaciones, y dado tanto las desviaciones relativas tan significativas advertidas respecto a los valores medios ofertados para diversos soportes (se adjunta ANEXO), como las respuestas tan poco precisas recibidas por parte de las entidades **PROXIMIA HAVAS, S.L.U. y ZOSMAMEDIA,S.L**., así como teniendo en cuenta, por ejemplo, lo dispuesto en la reciente Resolución 213/2020, del Tribunal Administrativo de Recursos Contractuales de la Junta de Andalucía, a propuesta de este Servicio Técnico, se requirió a las dos entidades mencionadas nuevas aclaraciones por parte de la mesa, específicamente:

Acuerdos alcanzados con los soportes que se relacionan en el ANEXO IX-C, o documentación alternativa que mejor justifique individualizadamente la viabilidad de los diferente valores (EUR/CPM o ud) o descuentos sobre tarifa ofertados, por soporte (y formato, cuando proceda).

CUARTO.- Antes de entrar a describir y valorar las alegaciones presentadas por las entidades licitadoras, es conveniente aludir a la exhaustividad en la justificación de la baja temeraria por parte del licitador, respecto a la cual se ha pronunciado el Tribunal Administrativo de Recursos Contractuales de la Junta de Andalucía (Resolución 213/2020, de 18 de junio, Recurso 510/2019):

"*se ha de manifestar que es doctrina reiterada de este y de los restantes Órganos de resolución de recursos contractuales que* ***en la determinación de si una oferta anormal o desproporcionada está o no justificada rige el principio de discrecionalidad técnica, según el cual la actuación administrativa está revestida de una presunción de certeza o de razonabilidad apoyada en la especialización y la imparcialidad de los órganos establecidos para realizar la calificación y que sólo puede ser desvirtuada si se acredita la infracción o el desconocimiento del proceder razonable que se presume en el órgano calificador, bien por desviación de poder, arbitrariedad o ausencia de toda posible justificación del criterio adoptado, bien por fundarse en patente error, debidamente acreditado por la parte que lo alega*** *(v.g. Resolución 336/2018, de 30 de noviembre, de este Tribunal).*

Igualmente, procede señalar que a la hora de acreditar la viabilidad de la oferta, si bien es cierto que ésta no se tiene que justificar de forma exhaustiva, no obstante debe ser suficiente en el sentido de permitir al órgano de contratación llegar a la convicción de que ésta se puede llevar a cabo, siendo la mercantil incursa en presunción de baja desproporcionada la que ha de aportar los elementos necesarios en aras a justificar la viabilidad de su oferta, debiendo ser la exhaustividad de la justificación aportada tanto mayor cuanto mayor sea la baja en que haya incurrido su oferta con relación al resto de las presentadas (v.g. Resolución 306/2018, de 31 de octubre, de este Tribunal)".

QUINTO.- Asimismo, respecto al contrato actualmente en vigor (expediente n.º 14/19, CONTR 2019 43770), con dos lotes e igual objeto, se ha de anotar lo importantes que son las diferencias entre los pliegos del mismo y los de la presente licitación (expediente n.º 112/19, CONTR 2019 709255), pretendiéndose

Es copia auténtica de documento electrónico

normalizar, en esta última, algunos parámetros que distorsionaban la realidad de los planes de medios, especialmente los relativos a:

1- El desglose de condiciones de oferta por soportes, y no en promedio del medio, permitiendo a los licitadores observar las condiciones comerciales concretas de cada soporte para ajustar mejor su propuesta.

2- La inclusión del medio exterior y cine en un nuevo lote, el Lote 3, con los criterios de comercialización reales en la actualidad y un desglose por poblaciones que respeta las políticas comerciales habituales en el sector.

Por otro lado, la Dirección General de Comunicación Social en el desarrollo de sus competencias, en concreto, la dirección, planificación y desarrollo de la comunicación de la acción institucional de la Junta de Andalucía en cualquier medio, soporte o canal de comunicación, así como la elaboración de las correspondientes normas y directrices de aplicación, coordina los resultados de las diferentes contrataciones de planificación y compra de espacios publicitarios de muy diversos Centros directivos, disponiendo así de una referencia diversa y con múltiples parámetros de comparación de la realidad del sector y las ofertas a la Administración, de lo que se pueden extraer algunas consideraciones importantes:

- No hay condiciones comerciales diversas de los diferentes soportes planificados en función de las agencias de medios que liciten, esto es, no hay un parámetro que permita determinar que haya licitadores que por su volumen de facturación o cualquier otro factor obtengan condiciones más ventajosas de compra por parte de esos soportes. Es más, se desprende que es la marca "Junta de Andalucía", por su volumen de inversión, quien determina las condiciones que los medios ofertan al mercado de intermediarios.

Por último, en aquellos casos en los que se hace referencia a la situación patrimonial o resultados de explotación, de plantilla, las herramientas tecnológicas disponibles o los contratos realizados con otras entidades públicas o privadas en fechas recientes, o los ahorros en gastos de estructura o similares, ello no justifica en sí los precios concretos ofertados para los diferentes soportes, al no existir comisión de agencia o recargo aplicable pues se ofertó "0,00%", dentro del cual deberían considerarse insertos aquellos costes.

SEXTO.- Las alegaciones presentadas por las entidades fueron las siguientes:

- PROXIMIA HAVAS S.L.U.:

En sus **primeras alegaciones**, esta empresa expone que si incurre en baja se debe a una situación sobrevenida y originada por el hecho de que el resto de las empresas que han presentado oferta, no han considerado conveniente para esta licitación realizar un mayor esfuerzo en sus propuestas económicas.

Que su propuesta se ha realizado con base en fuentes, herramientas y metodología que utiliza para realizar la planificación de campañas, pudiendo ejecutar a satisfacción las campañas cumpliendo los criterios establecidos en el PPT, y de acuerdo con el artículo 5 de la Ley 6/2005, de 8 de abril, ateniéndose a los criterios técnicos en lo relativo a la planificación de medios y soportes de comunicación, de acuerdo con los obje-

Es copia auténtica de documento electrónico

tivos y grupos de población destinatarios de la acción, el carácter territorial y la difusión de cada medios dentro de las limitaciones económicas fijadas. Tendrán en cuenta para ello los datos comparativos, precisos y fiables sobre difusión y de audiencia, frecuencia y coste por impacto útil, horarios de emisión u otros de análoga naturaleza facilitados por las entidades sin ánimo de lucro a que se refiere el artículo 10 de la Ley 34/1988, de 11 de diciembre.

Que nunca ha dejado de ejecutar satisfactoriamente ningún contrato y que siempre ha cumplido con todos los compromisos y condiciones ofertadas en cada uno de los contratos públicos de los que ha sido adjudicataria.

Que PROXIMIA es una empresa de ámbito estatal, perteneciente al grupo HAVAS, siendo su volumen de negocio 1.232 millones de euros, y figura como empresa clasificada en el Grupo T, Subgrupo 01 y Categoría 5. El gran volumen de negocio les otorga fortaleza para conseguir los mejores acuerdos de negociación con medios y soportes provinciales, dando como resultado ahorro en los costes, siendo muy competitivos y beneficiando a sus clientes y anunciantes.

Que debido a su gran experiencia y falta de incidentes, la justificación no se fundamenta en hipótesis o prácticas inadecuadas desde el punto de visto técnico, jurídico o económico, sino en la práctica habitual que ha amparado a PROXIMIA durante más de quince años. Así lo acredita su posición como una de las primera empresas de publicidad en cuanto a facturación y volumen de negocio (46.707.713 euros en 2018), siendo ésta una diferencia significativa respecto a sus competidores lo que les ayuda a negociar unos mejores costes y descuentos para las campañas que llevan a cabo.

Que su oferta se enmarca en estas condiciones de compra que les permiten establecer negociaciones más ventajosas en cada una de las campañas que se lleven a cabo, lo que permite optimizar el beneficio industrial ofreciendo el mejor servicio al menor coste.

Hace una relación de la adjudicación de varias licitaciones en planificación y compra de medios de campañas, los cuáles se han realizado cumpliendo los compromisos asumidos; las ofertas que hicieron en su momento y fueron aceptadas se realizaron siguiendo los mismos criterios y la misma estimación de coste que en la presente licitación.

Que conoce el mercado de contratación andaluz, habiendo alcanzado acuerdo con los soportes propuestos en nuestra oferta para la ejecución de las campañas.

Que dispone de avanzadas herramientas y software propios para el análisis, planificación y compra de los medios para prestar los servicios objeto del contrato, lo que permite una mayor optimización del presupuesto, la mayor eficacia y cobertura en las campañas y un importante ahorro de tiempos, lo que les lleva a disminuir los costes de los distintos procesos de trabajo.

Destaca el desarrollo de una herramienta de planificación y facturación propia de PROXIMIA (MMS), diseñada para la planificación de medios que integra en una sola herramienta todas las etapas de la planificación: desde el brief del cliente hasta el cierre de campaña, etc. Se trata de una herramienta que ayuda a acelerar los procesos con el consecuente ahorro de tiempo y costes de personal.

Hace una relación de las herramientas y fuentes externas utilizadas por PROXIMIA, las cuáles son empleadas en los proyectos que desarrollan para sus clientes privados, por lo que no tendría influencia en el precio

Es copia auténtica de documento electrónico

ofertado en la licitación. Dichas herramientas garantizan la mayor eficiencia quedando acreditado que pueden llevarse a cabo las prestaciones de una manera exitosa y satisfactoria.

Que se garantizan los descuentos ofrecidos en su propuesta para cada campaña que se realice, siguiendo un proceso de trabajo propio donde se analiza el mix óptimo y el nivel del presupuesto adecuado para obtener una buena cobertura, frecuencia y rentabilidad en la ejecución de las campañas.

Que a tal fin usan la herramienta SPECTRUM que evalúa y optimiza la asignación del presupuesto entre diferentes canales de acuerdo con las necesidades de comunicación de cada acción.

Que es respetuosa con la normativa aplicable en materia medioambiental, social o laboral.

Aporta certificados emitidos por la entidad certificadora relativos a las inversiones calificadas como innovación tecnológica para la aplicación de la deducción fiscal en el Impuesto de Sociedades. Ello le permite optimizar el beneficio industrial con la finalidad de poder ofertar sus mejores descuentos para ejecutar el contrato.

Que el riesgo y ventura del contratista recogido en la Ley de Contratos supone una garantía añadida en los contratos de servicios, sobre todo, un principio que asume y así lo viene haciendo en todos los concursos.

Se trae a colación la Resolución 357/2018, del Tribunal Administrativo de Contratación Pública de la Comunidad de Madrid, así como la Resolución del TAC 517/2016.

Que ha quedado acreditado que los costes laborales y de producción son más bajos que el resto de empresas licitadoras. Es una agencia de medios con gran experiencia y reconocimiento en el sector que cuenta con herramientas informáticas y aplicaciones que logran la ejecución del contrato de forma eficaz, ahorrando costes y asegurando el correcto cumplimiento del mismo. De la misma forma queda acreditada su sólida estructura laboral y su capacidad para conseguir sinergias al formar parte del grupo HAVAS, contando con acuerdos comerciales que aseguren el mejor precio en la ejecución de los trabajos.

En respuesta a la **solicitud de aclaración,** la entidad presenta documentación referente a precios de compra, costes y márgenes comerciales. Asimismo, ha aportado una muestra de acuerdos o preacuerdos con exclusivistas de soportes que ofertan precios de compra compatibles con su oferta.

RESPUESTAS A LAS ALEGACIONES PRESENTADAS POR PROXIMIA HAVAS S.L.U

Revisadas todas sus alegaciones, consideramos que la documentación presentada en respuesta al segundo requerimiento es suficiente para dar cumplida respuesta al mismo, por lo que se considera que ha quedando justificada suficientemente la viabilidad de su oferta, dado que aporta una muestra de acuerdos que permiten tener cierta seguridad en el cumplimiento de los precios ofertados, correspondiéndose con los mismos.

- M&C SAATCHI MADRID, S.L.:

En sus **únicas alegaciones** presentadas (dado que no necesitó de aclaración posterior), la entidad aportó documentación referente a precios de compra y costes y facilitando, en algunos casos, contactos para su ve-

Es copia auténtica de documento electrónico

rificación. Asimismo, aportó una muestra de acuerdos o preacuerdos con exclusivistas de soportes que ofertan precios de compra compatibles con su oferta.

RESPUESTAS A LAS ALEGACIONES PRESENTADAS POR M&C SAATCHI MADRID S.L

Revisadas estas alegaciones, consideramos que la documentación presentada es suficiente para dar cumplida respuesta al mismo, por lo que se considera que ha quedando justificada suficientemente la viabilidad de su oferta, dado que aporta una muestra de acuerdos que permiten tener cierta seguridad en el cumplimiento de los precios ofertados, correspondiéndose con los mismos.

- ZOSMAMEDIA, S.L:

En sus **primeras alegaciones**, aduce que la estructura de costes fijos está perfectamente dimensionada, no incurriendo en gastos superfluos ni ineficiencias operativas.

La formación de los ingresos de Zosmamedia se compone aproximadamente de un 65% de clientes privados y un 35% de clientes públicos.

Su compañía cuenta con la capacidad de canalizar compras por medio de un poll que en el año 2018 alcanzó un volumen de 105 millones de euros.

Que la oferta es respetuosa en materia socio-laboral.

Los descuentos están en línea con otros concursos de otras administraciones públicas donde han resultado adjudicatarios y han ejecutado con normalidad.

Que su oferta no se basa en ayudas del Estado.

Para poder presentar la oferta más competitiva, a los clientes privados les imputan el total de los costes de estructura/operativos, por lo que nunca repercute ningún coste de estructura ni indirecto a la Consejería, de modo que los gastos generales no tienen incidencia alguna en el precio final.

Que aunque parezca que renuncian al beneficio industrial esto no es así, al llegar a ella por su poder negociador con los medios, consiguiendo los precios más competitivos del mercado y gracias a los escalados comerciales por inversión, pues, al ser un contrato de alto volumen de inversión, les permitirá tener escalados más altos a los que actualmente obtienen, mejorando sus costes marginales no sólo para la cuenta de la Consejería sino del resto de sus clientes.

En respuesta **a la solicitud de aclaración**, aduce que gracias a su capacidad de negociación con los soportes en la actividad de compra-venta de espacios publicitarios y por la generación de economía de escala, es por lo que pueden ofertar unos precios tan competitivos. El sigilo comercial que les piden los soportes no les permite desvelar más información.

RESPUESTAS A LAS ALEGACIONES PRESENTDAS POR ZOSMAMEDIA S.L

Revisadas todas las alegaciones, se constata que la entidad basa sus argumentaciones en cuestiones generales como su eficiencia, su capacidad de negociación y por la generación de economía de escala, sin aportar documentación complementaria alguna amparándose en el sigilo comercial.

Es copia auténtica de documento electrónico

Con respecto al sigilo comercial, hay que señalar que en el segundo requerimiento, como alternativa a la aportación de acuerdos, se solicitó "documentación alternativa que mejor justificara individualizadamente la viabilidad de los diferente valores (EUR/CPM) o descuentos sobre tarifa ofertados, por soporte (y formato, cuando proceda). Además, ha de recordarse que la confidencialidad del órgano de contratación respecto a la documentación considerada como secreto comercial se encuentra garantizada por el artículo 133 de la Ley 9/2017, de 8 de noviembre.

Por tanto no aporta lo solicitado expresamente en el segundo requerimiento, esto es, acuerdos alcanzados con los soportes que se relacionan en el ANEXO IX-C, o documentación alternativa que mejor justifique individualizadamente la viabilidad de los diferente valores (EUR/CPM o ud.) o descuentos sobre tarifa ofertados, por soporte (y formato, cuando proceda).

Señalar, asimismo, que, conforme al cuadro que se adjunta como ANEXO I la variación precio medio ofertado es de un 35,10% en COSTE NETO/UNIDAD en EXTERIOR y de un 62,43% en CINE.

Asimismo, pueden compararse con las estimaciones reflejadas en la Memoria de 9 de julio de 2020, que se adjunta a este informe, igualmente, como documentación complementaria, en concreto, en las estimaciones correspondientes a las campañas tipo A (paginas 17-18), donde, por ejemplo, en MUPI 176*120 se estima un coste de 100 euros, ofreciéndose 40 euros.

Como consecuencia se considera que no ha quedando justificada suficientemente la viabilidad de su oferta.

CONCLUSIÓN

Por todo lo anterior, cabe concluir que la empresas que a continuación se relacionan y por los motivos antedichos **justifican adecuadamente** la incursión de su oferta en baja por valores anormales o desproporcionados:

LOTE	EMPRESA
3	PROXIMIA HAVAS, S.L.U
3	M&C SAATCHI MADRID, S.L

Asimismo, cabe concluir que la empresa ZOSMAMEDIA, S.L. por los motivos antedichos **no justifica adecuadamente** la incursión de su oferta en baja por valores anormales o desproporcionados, y por tanto se propone a la Mesa su exclusión.

EL ASESOR TÉCNICO DE COMUNICACIÓN SOCIAL.

Es copia auténtica de documento electrónico

LOTE 3 – TABLA DE VALORES OFERTADOS

LICITADORES

1.1 – EXTERIOR: Coste neto/unidad (en euros y excluido IVA)		1	2	3	4	5	6	7	8		9	10	11		12	13	14	15	16	17	18		
Soporte	Rfmin	**EQUMEDIA XL**	**MINDSHARE SPAIN**	**WAVEMAKER PUBLICIDAD**	**MEDIACOM IBERIA**	**CARAT ESPAÑA**	**ADSOLUT**	**GLOCALLY COMUNICACIÓN**	**ZOSMAMEDIA**	**Variación respecto a precio medio ofertado**	**IKI MEDIA SOLUTIONS**	**ZENITH MEDIA**	**PROXIMIA HAVAS**	**Variación respecto a precio medio ofertado**	**HASHTAG MEDIA GROUP**	**INTELIGENCIA Y MEDIA**	**MEDIA SAPIENS SPAIN**	**OPTIMUM MEDIA DIRECTION**	**AVANTE COMUNICACIÓN**	**PLANEA MEDIA**	**MC SAATCHI MADRID**	**Variación respecto a precio medio ofertado**	CPM MEDIO OFERTADO
Fijación. Mupi estándar (1,76x1,20). Poblaciones de más de 500.000 habitantes. 1 semana.	35,00	60,00	62,00	62,00	60,00	54,00	65,00	53,50	**40,00**	-32,65 %	60,00	44,00	**35,00**	-41,07 %	135,00	50,00	95,00	70,00	44,00	38,00	**41,50**	-30,12 %	59,39
Fijación. Mupi estándar (1,76x1,20). Poblaciones de entre 150.000 y 499.999 habitantes. 1 semana.	35,00	60,00	52,00	52,00	51,00	47,00	55,00	52,25	**40,00**	-31,02 %	60,00	44,00	**35,00**	-39,64 %	135,00	45,00	120,00	70,00	44,00	38,00	**43,50**	-24,98 %	57,99
Fijación. Mupi estándar (1,76x1,20). Poblaciones de entre 100.000 y 149.999 habitantes. 1 semana.	35,00	60,00	50,00	50,00	49,00	47,00	55,00	45,00	**39,00**	-31,90 %	55,00	44,00	**35,00**	-38,89 %	135,00	45,00	130,00	70,00	39,90	38,00	**44,00**	-23,17 %	57,27
Fijación. Mupi estándar (1,76x1,20). Poblaciones de entre 50.000 y 99.999 habitantes. 1 semana.	38,00	40,00	50,00	50,00	49,00	45,00	55,00	55,00	**38,00**	-33,42 %	50,00	44,00	**39,50**	-30,80 %	135,00	45,00	140,00	70,00	39,90	38,00	**44,00**	-22,91 %	57,08
Fijación. Mupi estándar (1,76x1,20). Poblaciones de menos de 49.999 habitantes. 1 semana.	35,00	40,00	50,00	50,00	49,00	45,00	55,00	53,00	**38,00**	-37,05 %	45,00	48,00	**39,50**	-34,56 %	135,00	45,00	200,00	70,00	35,00	45,00	**44,00**	-27,11 %	60,36
Fijación. Vallas papel estándar (3x8). Poblaciones de más de 500.000 habitantes y sus áreas metropolitanas. 1 catorcena.	39,00	65,00	75,00	77,00	76,00	65,00	127,00	65,00	**40,00**	-42,55 %	100,00	39,00	**39,80**	-42,84 %	100,00	60,00	85,00	65,00	80,00	52,00	**42,50**	-38,96 %	69,63
Fijación. Vallas papel estándar (3x8). Poblaciones de entre 150.000 y 499.999 habitantes. 1 catorcena.	35,00	60,00	75,00	77,00	77,00	65,00	127,00	65,00	**40,00**	-41,43 %	100,00	39,00	**39,80**	-41,72 %	100,00	60,00	110,00	65,00	35,00	52,00	**42,50**	-37,77 %	68,29
Fijación. Vallas papel estándar (3x8). Poblaciones de entre 100.000 y 149.999 habitantes. 1 catorcena.	35,00	55,00	75,00	77,00	77,00	65,00	127,00	65,00	**40,00**	-42,39 %	95,00	39,00	**39,80**	-42,68 %	100,00	60,00	120,00	80,00	35,00	52,00	**48,00**	-30,87 %	69,43
Fijación. Vallas papel estándar (3x8). Poblaciones de entre 50.000 y 99.999 habitantes. 1 catorcena.	26,00	50,00	75,00	77,00	77,00	65,00	127,00	65,00	**40,00**	-41,37 %	95,00	39,00	**32,00**	-53,09 %	100,00	60,00	120,00	80,00	26,00	52,00	**48,00**	-29,64 %	68,22
Fijación. Vallas papel estándar (3x8). Poblaciones de menos de 49.999 habitantes. 1 catorcena.	26,00	50,00	75,00	77,00	77,00	65,00	127,00	65,00	**40,00**	-41,42 %	85,00	42,00	**32,00**	-53,13 %	100,00	60,00	128,00	80,00	26,00	52,00	**48,00**	-29,70 %	68,28
Autobuses. Trasera integral + Lateral gran formato. Poblaciones de más de 500.000 habitantes. Producción + Fijación 1 mes.	900,00	1.800,00	2.400,00	2.400,00	2.374,00	1.900,00	2.200,00	1.000,00	**1.200,00**	-27,42 %	900,00	1.150,00	**995,00**	-39,82 %	1.425,00	1.800,00	1.750,00	1.917,00	1.500,00	1.400,00	**1.650,00**	-0,20 %	1.653,39
Autobuses. Trasera integral + Lateral gran formato. Poblaciones de entre 100.000 y 499.999 habitantes. Producción + Fijación 1 mes.	900,00	1.800,00	1.900,00	1.900,00	1.880,00	1.800,00	2.000,00	940,00	**1.000,00**	-31,63 %	900,00	1.150,00	**950,00**	-35,05 %	1.425,00	1.700,00	1.300,00	1.917,00	965,00	1.100,00	**1.700,00**	16,23 %	1.462,61
Autobuses. Trasera integral + Lateral gran formato. Líneas interurbanas. Producción + Fijación 1 mes.	550,00	1.700,00	1.950,00	1.950,00	1.920,00	1.148,00	1.800,00	900,00	**700,00**	-44,46 %	900,00	1.100,00	**550,00**	-56,36 %	1.425,00	1.000,00	950,00	1.692,00	900,00	1.100,00	**1.000,00**	-20,65 %	1.260,28
Producción mupis estándar. De 0 a 400 unidades.	0,82	3,28	6,00	6,00	6,00	7,50	15,00	6,00	**3,25**	-43,59 %	3,00	2,00	**2,00**	-65,28 %	22,00	7,50	5,00	4,00	2,20	2,15	**0,82**	-85,77 %	5,76
Producción mupis estándar. De 401 en adelante unidades.	0,23	2,58	2,00	2,00	2,00	1,05	14,00	5,50	**3,25**	-12,37 %	2,00	1,70	**1,70**	-54,16 %	20,00	1,05	2,30	2,00	1,50	1,90	**0,23**	-93,80 %	3,71
Producción vallas estándar. De 0 a 400 unidades.	6,44	20,00	30,00	30,00	30,00	38,00	145,00	50,00	**30,00**	-17,61 %	35,00	13,50	**16,00**	-56,06 %	80,00	38,00	40,00	21,00	16,00	16,50	**6,44**	-82,31 %	36,41
Producción vallas estándar. De 401 en adelante unidades.	3,06	10,00	12,00	12,00	12,00	10,00	139,00	45,00	**30,00**	18,93 %	17,00	12,00	**14,50**	-42,52 %	75,00	10,00	9,00	15,00	12,00	16,50	**3,06**	-87,87 %	25,23
Tranvía urbano. Producción + Fijación 1 mes	600,00	20.000,00	26.000,00	26.000,00	25.900,00	27.133,00	21.000,00	12.000,00	**12.000,00**	-35,38 %	6.100,00	20.000,00	**12.500,00**	-32,69 %	600,00	27.139,51	18.000,00	23.300,00	16.600,00	20.000,00	**20.000,00**	7,70 %	18.570,70
Otros formatos (Producción + fijación)	1,00	100,00	68,00	70,00	70,00	500,00	1.000,00	100,00	**3,25**	-98,10 %	75,00	1,00	**15,00**	-91,24 %	160,00	1,00	850,00	50,00	18,50	1,00	**1,00**	-99,42 %	171,32
									Var. media:	**-35,10 %**			**Var. media:**	**-46,93 %**							**Var. media:**	**-39,02 %**	

1.2 - CINE: CPM (eur excl iva)		1	2	3	4	5	6	7	8		9	10	11		12	13	14	15	16	17	18		
Soporte	Rfmin	**EQUMEDIA XL**	**MINDSHARE SPAIN**	**WAVEMAKER PUBLICIDAD**	**MEDIACOM IBERIA**	**CARAT ESPAÑA**	**ADSOLUT**	**GLOCALLY COMUNICACIÓN**	**ZOSMAMEDIA**	**Variación respecto a precio medio ofertado**	**IKI MEDIA SOLUTIONS**	**ZENITH MEDIA**	**PROXIMIA HAVAS**	**Variación respecto a precio medio ofertado**	**HASHTAG MEDIA GROUP**	**INTELIGENCIA Y MEDIA**	**MEDIA SAPIENS SPAIN**	**OPTIMUM MEDIA DIRECTION**	**AVANTE COMUNICACIÓN**	**PLANEA MEDIA**	**MC SAATCHI MADRID**	**Variación respecto a precio medio ofertado**	CPM MEDIO OFERTADO
Salas de cine en poblaciones de más de 500.000 habitantes y sus áreas metropolitanas.	11,00	30,00	25,00	25,00	24,00	38,72	50,00	60,00	11,00	-62,66 %	28,00	23,00	18,50	-37,20 %	30,00	35,00	28,00	25,00	18,00	28,00	33,00	12,03 %	29,46
Salas de cine en poblaciones de hasta 499.999 habitantes.	10,00	30,00	25,00	25,00	24,00	30,80	55,00	60,00	11,00	-62,20 %	28,00	23,00	22,00	-24,40 %	30,00	35,00	29,00	25,00	10,00	28,00	33,00	13,40 %	29,10
									Var. media:	**-62,43 %**			**Var. media:**	**-30,80 %**							**Var. media:**	**12,72 %**	

Es copia auténtica de documento electrónico

MEMORIA COMPLEMENTARIA RELATIVA AL CONTRATO DE SERVICIOS DE PLANIFICACIÓN DE MEDIOS Y COMPRA DE ESPACIOS PUBLICITARIOS EN PRENSA, RADIO, TELEVISIÓN, PUBLICIDAD EXTERIOR Y CINE, ASÍ COMO EJECUCIÓN DE LOS PLANES DE MEDIOS PARA LAS ACCIONES DE COMUNICACIÓN DE LA CONSEJERÍA DE PRESIDENCIA, ADMINISTRACIÓN PÚBLICA E INTERIOR DE LA JUNTA DE ANDALUCÍA.
(EXPDTE. REF. 2020/21 - EIRIS CONTR/2019/709255)

En relación con la solicitud de información/documentación ((REF: FIS:FM/SF:CT/EMO), realizada por la Intervención General, de fecha 8 de julio de 2020, relativa al contrato de servicios cuyo objeto es la PLANIFICACIÓN DE MEDIOS Y COMPRA DE ESPACIOS PUBLICITARIOS EN PRENSA, RADIO, TELEVISIÓN, PUBLICIDAD EXTERIOR Y CINE, ASÍ COMO EJECUCIÓN DE LOS PLANES DE MEDIOS PARA LAS ACCIONES DE COMUNICACIÓN DE LA CONSEJERÍA DE PRESIDENCIA, ADMINISTRACIÓN PÚBLICA E INTERIOR DE LA JUNTA DE ANDALUCÍA, se aporta la presente memoria complementaria relativa a los siguientes aspectos:

1. SOBRE LOS CÁLCULOS DEL PRESUPUESTO BASE DE LICITACIÓN BAJO EL EPÍGRAFE LOTE 1. PRENSA DIGITAL DE LAS CAMPAÑAS TIPO A, B, C y D, Y DEL "LOTE 3. CINE" DE LA CAMPAÑA TIPO A.

Este contrato introduce ya la fórmula de contratación más habitual y natural en estos momentos en prensa digital y cine, que no parte de una tarifa oficial **sino que se basa en el Coste por Mil Impactos Publicitarios servidos en cada soporte planificado**. A la hora de determinar los costes, sin embargo, se ha empleado el sistema vigente en el contrato actual, dado que por el momento es la única manera que tenemos de determinar los costes reales, al no tener aún referencias en costes por mil. El nuevo contrato por tanto no contempla ya el sistema de descuento sobre tarifa en este medio; no obstante, sí cabe esperar que los precios ofertados vayan muy en línea e incluso puedan verse optimizados, en promedio, con los empleados en el cálculo citado y que son los que hoy soportamos.

De manera tradicional, los medios establecen una tarifa para sus espacios comercializables para comunicación publicitaria. Sobre ello, en función de múltiples variables como el volumen o el histórico de cada anunciante, se establecen unos descuentos porcentuales, que aplicados dan lugar al precio neto que se paga por la presencia de la marca en cuestión.

Así, el trabajo publicitario consiste en cruzar ese coste neto por el alcance que se consigue sobre el público objetivo (en términos de impactos publicitarios), y de ahí surge una sencilla estimación de cuál es el coste de cada uno de los impactos sobre un individuo de nuestro interés. Con el paso del tiempo, el marketing digital posibilita que se pueda medir con mucho mayor detalle cifras altísimas de impactos publicitarios, y eso hace que se naturalice mucho más que se hable de Costes por Impacto en lugar de tarifas oficiales, que van quedándose de alguna manera desfasadas en la comercialización publicitaria digital.

Es copia auténtica de documento electrónico

Por ello, **se trata simplemente de dos caminos (tarifa y descuento vs. costes por impacto), para llegar a un único destino: el coste neto de una inserción publicitaria. Esa cifra no sufre variaciones según un modelo u otro, simplemente nos permite mejorar el análisis de la eficacia publicitaria**. Hasta ahora, se ha trabajado en anteriores pliegos sobre el modelo tradicional, que en el caso de prensa digital se encuentra claramente obsoleto, y forzaba en algunos casos excesivamente a la creación del concepto de "tarifa publicitaria", que los nuevos actores digitales apenas utilizan.

Para el cálculo de los importes necesarios de campaña, partimos del modelo en el contrato vigente, pero sin perder de vista el concepto real que nos ayuda a estimar el coste (que nos ayuda a estimar cobertura y frecuencia necesarias para lograr los objetivos). **Por tanto, llegar vía tarifa o vía CPM son dos caminos para llegar a la misma cifra, que estimamos óptima y dentro de mercado**. Para ello, contrastamos las campañas y sus costes en el contrato vigente, y eso lo llevamos a la planificación del siguiente.

Procede, por tanto, a adjuntarse nuevamente los ANEXOS con los cálculos, donde se elimina la referencia al "Descuento", considerando conforme a lo anterior el CPM NETO a precio de mercado.

2. SOBRE LAS INSERCIONES EN SOPORTES SIN TARIFA OFICIAL O CON FORMATO DIFERENTE AL DE LA OFERTA.

En este sentido, se indica por la Intervención General que "no se puede concluir a priori la estimación del recargo aplicado, los precios unitarios de las inserciones a las que se aplica, o la estimación del número de inserciones a realizar bajo esta modalidad, por lo que se requiere aclaración o justificación de este extremo".

Indicar, a este respecto, que durante el transcurso del año, **surgen una serie de necesidades u oportunidades de comunicación, comercializadas por los medios de manera diferente a lo habitual**. Hablamos de oportunidades especiales de última hora, nuevos formatos no tarifados o ventanas de comunicación adheridas a un contenido novedoso. Estas oportunidades, bien gestionadas, pueden llegar a suponer unos interesantes beneficios en términos de cobertura y frecuencia objetivo de campaña y de optimización del presupuesto, por lo que es del interés de la Dirección General estar atenta a ellas. **A la hora de determinar los costes del contrato, no hemos podido lógicamente delimitar el ámbito y volumen de estas acciones fuera de tarifa. Para evitar que un amplio porcentaje del presupuesto se destinase a conceptos fuera de las acciones convencionales, se marca ese porcentaje máximo y se exige que el alcance de esas acciones sea igual o superior a las convencionales a las que sustituye en cualquier de nuestras planificaciones**. Asimismo, como se indica, y como señalaba la Asesoría Jurídica en sus respectivos informes, se introduce un nuevo criterio de valoración que formaría parte de la proposición económica.

La base de la pirámide de nuestros cálculos **es la cobertura y frecuencia necesarias para cumplir los objetivos de campañas, en un contexto de graves problemas de segmentación de audiencias y de recuerdo publicitario**. **Cuando estimamos qué presupuesto necesita cada campaña** para cumplir esos objetivos, **la única fuente a la que podemos acudir es a la de las acciones convencionales (Campañas de Continuidad, A, B, C y D)**. Sin embargo, sabemos que algunas de ellas pueden ser, con el límite citado del 20%, **sustituidas por acciones novedosas** fuera de tarifa, que optimizan el alcance de las campañas y mejoran esas cifras de cobertura y frecuencia.

Por tanto, **en nuestros cálculos sí incluimos la posibilidad de variar en un 20% el presupuesto**

Es copia auténtica de documento electrónico

incluyendo acciones fuera de tarifa (que debe añadir el recargo máximo del 7%, además de la comisión de agencia, en igual porcentaje), puesto que lo que se evalúa es qué se consigue con ellas y qué alcance obtendrán. Debe tenerse en cuenta, además, que la empresa adjudicataria deberá aportar para el correspondiente abono parcial certificado del soporte de que no existe tarifa y de su precio unitario del espacio publicitario en ese formato determinado, amén de que con carácter previo a la ejecución de la acción deber aprobarse el presupuesto presentado por la agencia por este Centro directivo (apartados 4.1, 4.2 y 5.12 del PPT; apartado 8 del PCAP).

LA DIRECTORA GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL

Es copia auténtica de documento electrónico

ANEXO I

Cálculo del presupuesto de licitación del contrato. Detalle de campañas publicitarias previstas durante la ejecución del contrato.

El presupuesto de licitación del contrato establecido, calculado por el precio unitario de inserciones publicitarias y según las necesidades de la Administración, no es sino el gasto máximo estimado para la ejecución de las distintas campañas (acciones de comunicación) previstas durante la vigencia del contrato, según medios encuadrados en cada uno de los tres lotes, **hallado como el sumatorio del coste calculado -a precios de mercado actual y tomando como referencia pautas de inversion bajo las condiciones presentes en el sector- de los espacios publicitarios** que compondrían cada una de esas campañas o acciones de comunicación, más la comisión de agencia aplicable.

En este primer Anexo se relacionan las campañas previstas y así contempladas en el cálculo del presupuesto del contrato, por *tipo* definido de campaña e importe desglosado por lote, y con indicación del ejercicio en que se desarrollarán.

En un segundo Anexo se relacionarán los planes de medios *tipo,* por medio y para cada una de las campañas previstas, lo que constituye el punto de partida en el cálculo de sus importes, **habiéndose usado en dicho ejercicio los precios de mercado de espacios publicitarios y en soportes utilizados en los últimos meses, en concreto, aquellos incluidos en planes de medios de campañas ejecutadas en fechas recientes (no se aporta aquí muestra de los mismos por incluir información susceptible de afectar las negociaciones privadas entre intermediario y soportes).**

Para estos cálculos se ha asumido una comisión de agencia (Serv. Ag.) del 7,00%. Dicha comisión de agencia, más allá del margen comercial que la agencia -como intermediaria- pueda obtener gracias a su capacidad de negociación con los soportes en su actividad de compra-venta de espacios publicitarios, y que no podemos conocer por ser secreto comercial implícito a esa actividad, viene a cubrir el gasto de los trabajos de planificación de medios, cursado, seguimiento de activación y desarrollo de campañas, o evaluación de resultados.

Se estima que la época de mayor concentración de campañas será desde inicio de verano a final del año 2020, con especial énfasis en campañas relativas a medidas de reactivación económica, de cohesión social y hábitos saludables entre la ciudadanía. Nótese que en todo caso la siguiente se trata de una previsión de carácter orientativo, que puede sufrir variaciones en función de las necesidades informativas/divulgativas surgidas durante la ejecución del contrato.

1) Campaña de Contenidos en Continuidad: acciones de *branded content* continuadas durante toda la vigencia del contrato (se contratarán por periodos, con mensaje informativo/publicitario en rotación según informaciones vigentes).

2020					
	Inv. Medios	Serv. Ag.	Total Neto	IVA 21%	Total 2020
Lote 1	729.025,00 €	51.031,75 €	780.056,75 €	163.811,92 €	943.868,67 €
Lote 2	153.197,00 €	10.723,79 €	163.920,79 €	34.423,37 €	198.344,16 €
Lote 3	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Total	882.222,00 €	61.755,54 €	943.977,54 €	198.235,28 €	1.142.212,82 €

Es copia auténtica de documento electrónico

2021

	Inv. Medios	Serv. Ag.	Total Neto	IVA 21%	Total 2021
Lote 1	861.575,00 €	60.310,25 €	921.885,25 €	193.595,90 €	1.115.481,15 €
Lote 2	181.051,00 €	12.673,57 €	193.724,57 €	40.682,16 €	234.406,73 €
Lote 3	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Total	1.042.626,00 €	72.983,82 €	1.115.609,82 €	234.278,06 €	1.349.887,88 €

2) Campañas Tipo A: son campañas que requieren un 95% de cobertura en todo el territorio regional, con unos impactos estimados de 20 OTS y una duración de entre 21 y 30 días.
Requieren por su máxima relevancia del uso del medio exterior y cine.

Inversión estimada por cada campaña:
-Medidas para la recuperación del sector turístico en Andalucía tras la crisis del COVID19

2020

	Inv. Medios	Serv. Ag.	Total Neto	IVA 21%	Total 2020
Lote 1	370.000,00 €	25.900,00 €	395.900,00 €	83.139,00 €	479.039,00 €
Lote 2	290.000,00 €	20.300,00 €	310.300,00 €	65.163,00 €	375.463,00 €
Lote 3	348.000,00 €	24.360,00 €	372.360,00 €	78.195,60 €	450.555,60 €
Total	1.008.000,00 €	70.560,00 €	1.078.560,00 €	226.497,60 €	1.305.057,60 €

-Promoción de la marca Andalucía como destino seguro

2020

	Inv. Medios	Serv. Ag.	Total Neto	IVA 21%	Total 2020
Lote 1	370.000,00 €	25.900,00 €	395.900,00 €	83.139,00 €	479.039,00 €
Lote 2	290.000,00 €	20.300,00 €	310.300,00 €	65.163,00 €	375.463,00 €
Lote 3	347.141,73 €	24.299,92 €	371.441,65 €	78.002,75 €	449.444,40 €
Total	1.007.141,73 €	70.499,92 €	1.077.641,65 €	226.304,75 €	1.303.946,40 €

-28 de febrero, Día de Andalucía

2021

	Inv. Medios	Serv. Ag.	Total Neto	IVA 21%	Total 2021
Lote 1	290.000,00 €	20.300,00 €	310.300,00 €	65.163,00 €	375.463,00 €
Lote 2	251.000,00 €	17.570,00 €	268.570,00 €	56.399,70 €	324.969,70 €
Lote 3	308.951,89 €	21.626,63 €	330.578,52 €	69.421,49 €	400.000,01 €
Total	849.951,89 €	59.496,63 €	909.448,52 €	190.984,19 €	1.100.432,71 €

3) Campañas Tipo B: son campañas que requieren un 90% de cobertura en todo el territorio regional, con unos impactos estimados de 15 OTS y una duración de entre 21 y 30 días. De menor peso que las Tip A, no requieren de medio exterior y cine.

Inversión estimada por cada campaña:

-Inicio del curso escolar adaptado a COVID19

Es copia auténtica de documento electrónico

2020

	Inv. Medios	Serv. Ag.	Total Neto	IVA 21%	Total 2020
Lote 1	352.000,00 €	24.640,00 €	376.640,00 €	79.094,40 €	455.734,40 €
Lote 2	300.000,00 €	21.000,00 €	321.000,00 €	67.410,00 €	388.410,00 €
Lote 3	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Total	652.000,00 €	45.640,00 €	697.640,00 €	146.504,40 €	844.144,40 €

-Fomento del consumo de productos locales procedentes de Andalucía

2020

	Inv. Medios	Serv. Ag.	Total Neto	IVA 21%	Total 2020
Lote 1	352.000,00 €	24.640,00 €	376.640,00 €	79.094,40 €	455.734,40 €
Lote 2	300.000,00 €	21.000,00 €	321.000,00 €	67.410,00 €	388.410,00 €
Lote 3	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Total	652.000,00 €	45.640,00 €	697.640,00 €	146.504,40 €	844.144,40 €

-Medidas de protección en establecimientos hoteleros y de restauración

2020

	Inv. Medios	Serv. Ag.	Total Neto	IVA 21%	Total 2020
Lote 1	352.000,00 €	24.640,00 €	376.640,00 €	79.094,40 €	455.734,40 €
Lote 2	300.000,00 €	21.000,00 €	321.000,00 €	67.410,00 €	388.410,00 €
Lote 3	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Total	652.000,00 €	45.640,00 €	697.640,00 €	146.504,40 €	844.144,40 €

-Promoción de los espacios naturales de Andalucía

2021

-	Inv. Medios	Serv. Ag.	Total Neto	IVA 21%	Total 2021
Lote 1	160.000,00 €	11.200,00 €	171.200,00 €	35.952,00 €	207.152,00 €
Lote 2	250.000,00 €	17.500,00 €	267.500,00 €	56.175,00 €	323.675,00 €
Lote 3	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Total	410.000,00 €	28.700,00 €	438.700,00 €	92.127,00 €	530.827,00 €

Campaña de temática por determinar según necesidades

2021

	Inv. Medios	Serv. Ag.	Total Neto	IVA 21%	Total 2021
Lote 1	160.000,00 €	11.200,00 €	171.200,00 €	35.952,00 €	207.152,00 €
Lote 2	250.000,00 €	17.500,00 €	267.500,00 €	56.175,00 €	323.675,00 €
Lote 3	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Total	410.000,00 €	28.700,00 €	438.700,00 €	92.127,00 €	530.827,00 €

4) Campañas Tipo C: son campañas donde los requerimientos de cobertura y frecuencia se establece solo en grandes núcleos de población y tienen una vigencia estimada de entre 15 y 21 días.
Inversión estimada por cada campaña:

-Día Internacional por la Eliminación de la Violencia de Género

Es copia auténtica de documento electrónico

	2020				
	Inv. Medios	Serv. Ag.	Total Neto	IVA 21%	Total 2020
Lote 1	250.000,00 €	17.500,00 €	267.500,00 €	56.175,00 €	323.675,00 €
Lote 2	270.000,00 €	18.900,00 €	288.900,00 €	60.669,00 €	349.569,00 €
Lote 3	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Total	520.000,00 €	36.400,00 €	556.400,00 €	116.844,00 €	673.244,00 €

-Plan de playas seguras en Andalucía

	2020				
	Inv. Medios	Serv. Ag.	Total Neto	IVA 21%	Total 2020
Lote 1	250.000,00 €	17.500,00 €	267.500,00 €	56.175,00 €	323.675,00 €
Lote 2	270.000,00 €	18.900,00 €	288.900,00 €	60.669,00 €	349.569,00 €
Lote 3	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Total	520.000,00 €	36.400,00 €	556.400,00 €	116.844,00 €	673.244,00 €

–Campaña de temática por determinar según necesidades

	2020				
	Inv. Medios	Serv. Ag.	Total Neto	IVA 21%	Total 2020
Lote 1	250.000,00 €	17.500,00 €	267.500,00 €	56.175,00 €	323.675,00 €
Lote 2	270.000,00 €	18.900,00 €	288.900,00 €	60.669,00 €	349.569,00 €
Lote 3	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Total	520.000,00 €	36.400,00 €	556.400,00 €	116.844,00 €	673.244,00 €

5) Campañas Tipo D: son campañas de ámbito más local y menor dimensión, con una duración estimada de entre 7 y 14 días.

Inversión estimada por cada campaña:

-Promoción de espacios culturales seguros

	2020				
	Inv. Medios	Serv. Ag.	Total Neto	IVA 21%	Total 2020
Lote 1	100.000,00 €	7.000,00 €	107.000,00 €	22.470,00 €	129.470,00 €
Lote 2	168.684,93 €	11.807,95 €	180.492,88 €	37.903,50 €	218.396,38 €
Lote 3	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Total	268.684,93 €	18.807,95 €	287.492,88 €	60.373,50 €	347.866,38 €

-Campaña de temática por determinar según necesidades

Es copia auténtica de documento electrónico

2020					
	Inv. Medios	Serv. Ag.	Total Neto	IVA 21%	Total 2020
Lote 1	100.683,66 €	7.047,86 €	107.731,52 €	22.623,62 €	130.355,13 €
Lote 2	168.685,00 €	11.807,95 €	180.492,95 €	37.903,52 €	218.396,47 €
Lote 3	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Total	269.368,66 €	18.855,81 €	288.224,47 €	60.527,14 €	348.751,60 €

-Plan de promoción de turismo interior

2021					
-	Inv. Medios	Serv. Ag.	Total Neto	IVA 21%	Total 2021
Lote 1	33.184,40 €	2.322,91 €	35.507,31 €	7.456,53 €	42.963,84 €
Lote 2	155.000,00 €	10.850,00 €	165.850,00 €	34.828,50 €	200.678,50 €
Lote 3	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Total	188.184,40 €	13.172,91 €	201.357,31 €	42.285,03 €	243.642,34 €

Medidas de refuerzo del tejido productivo andaluz afectado por COVID19

2021					
	Inv. Medios	Serv. Ag.	Total Neto	IVA 21%	Total 2021
Lote 1	40.000,00 €	2.800,00 €	42.800,00 €	8.988,00 €	51.788,00 €
Lote 2	148.756,52 €	10.412,96 €	159.169,48 €	33.425,59 €	192.595,07 €
Lote 3	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Total	188.756,52 €	13.212,96 €	201.969,48 €	42.413,59 €	244.383,07 €

RESUMEN DE LA PLANIFICACIÓN DE LA INVERSIÓN TOTAL.

Se resume en las siguientes dos tablas la distribución de la inversión total conforme a la planificación estimada anteriormente.

Se reitera la advertencia de que tanto la temática como la inversión estimada por lote de cada campaña queda en función de las necesidades de comunicación institucional que en cada momento se evalúen, pues son dinámicas, pudiendo modificarse tanto el mensaje como el tipo de campaña (según objetivos de cobertura, OTS..) si la actualidad del momento lo requiriese. Ello aplica a la generalidad de lo expuesto en este Anexo, a cualquiera de las acciones indicadas, incluido aquellas de temática por determinar o de *branded contents*, tratándose la anterior de una planificación orientativa sujeta a las necesidades que se detecten durante la ejecución del contrato, y que pueden aconsejar alterar esta planificación inicial.

a) Distribución de la inversión total por lote y ejercicio.

Es copia auténtica de documento electrónico

Ejercicio 2020

	Inv. Medios	Serv. Ag.	Total Neto	IVA 21%	Total 2020
Lote 1	3.475.708,66 €	243.299,61 €	**3.719.008,27 €**	780.991,74 €	4.500.000,00 €
Lote 2	2.780.566,93 €	194.639,69 €	**2.975.206,62 €**	624.793,39 €	3.600.000,00 €
Lote 3	695.141,73 €	48.659,92 €	**743.801,65 €**	156.198,35 €	900.000,00 €
Total	6.951.417,32 €	486.599,21 €	7.438.016,53 €	1.561.983,47 €	9.000.000,00 €

Ejercicio 2021

	Inv. Medios	Serv. Ag.	Total Neto	IVA 21%	Total 2021
Lote 1	1.544.759,40 €	108.133,16 €	**1.652.892,56 €**	347.107,44 €	2.000.000,00 €
Lote 2	1.235.807,52 €	86.506,53 €	**1.322.314,05 €**	277.685,95 €	1.600.000,00 €
Lote 3	308.951,88 €	21.626,63 €	**330.578,52 €**	69.421,49 €	400.000,00 €
Total	3.089.518,81 €	216.266,32 €	3.305.785,12 €	694.214,88 €	4.000.000,00 €

b) Distribución de la inversión total por lote, tipo de campaña y ejercicio.

Es copia auténtica de documento electrónico

	Ejercicio 2020					Ejercicio 2021				
	Inv. Medios	Serv. Ag.	Total Neto	IVA 21%	Total 2020	Inv. Medios	Serv. Ag.	Total Neto	IVA 21%	Total 2021
Campañas de Contenidos en Continuidad										
Lote 1	**729.025,00 €**	51.031,75 €	780.056,75 €	163.811,92 €	**943.868,67 €**	**861.575,00 €**	60.310,25 €	921.885,25 €	193.595,90 €	**1.115.481,15 €**
Lote 2	**153.197,00 €**	10.723,79 €	163.920,79 €	34.423,37 €	**198.344,16 €**	**181.051,00 €**	12.673,57 €	193.724,57 €	40.682,16 €	**234.406,73 €**
Lote 3	**0,00 €**	0,00 €	0,00 €	0,00 €	**0,00 €**	**0,00 €**	0,00 €	0,00 €	0,00 €	**0,00 €**
Total	**882.222,00 €**	61.755,54 €	943.977,54 €	198.235,28 €	1.142.212,82 €	**1.042.626,00 €**	72.983,82 €	1.115.609,82 €	234.278,06 €	1.349.887,88 €
Campañas tipo A										
Lote 1	740.000,00 €	51.800,00 €	791.800,00 €	166.278,00 €	**958.078,00 €**	290.000,00 €	20.300,00 €	310.300,00 €	65.163,00 €	**375.463,00 €**
Lote 2	580.000,00 €	40.600,00 €	620.600,00 €	130.326,00 €	**750.926,00 €**	251.000,00 €	17.570,00 €	268.570,00 €	56.399,70 €	**324.969,70 €**
Lote 3	695.141,73 €	48.659,92 €	743.801,65 €	156.198,35 €	**900.000,00 €**	308.951,89 €	21.626,63 €	330.578,52 €	69.421,49 €	**400.000,01 €**
Total	**2.015.141,73 €**	141.059,92 €	2.156.201,65 €	452.802,35 €	2.609.004,00 €	**849.951,89 €**	59.496,63 €	909.448,52 €	190.984,19 €	1.100.432,71 €
Campañas tipo B										
Lote 1	1.056.000,00 €	73.920,00 €	1.129.920,00 €	237.283,20 €	**1.367.203,20 €**	320.000,00 €	22.400,00 €	342.400,00 €	71.904,00 €	**414.304,00 €**
Lote 2	900.000,00 €	63.000,00 €	963.000,00 €	202.230,00 €	**1.165.230,00 €**	500.000,00 €	35.000,00 €	535.000,00 €	112.350,00 €	**647.350,00 €**
Lote 3	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	**0,00 €**	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	**0,00 €**
Total	**1.956.000,00 €**	136.920,00 €	2.092.920,00 €	439.513,20 €	2.532.433,20 €	**820.000,00 €**	57.400,00 €	877.400,00 €	184.254,00 €	1.061.654,00 €
Campañas tipo C										
Lote 1	750.000,00 €	52.500,00 €	802.500,00 €	168.525,00 €	**971.025,00 €**	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	**0,00 €**
Lote 2	810.000,00 €	56.700,00 €	866.700,00 €	182.007,00 €	**1.048.707,00 €**	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	**0,00 €**
Lote 3	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	**0,00 €**	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	**0,00 €**
Total	**1.560.000,00 €**	109.200,00 €	1.669.200,00 €	350.532,00 €	2.019.732,00 €	**0,00 €**	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Campañas tipo D										
Lote 1	200.683,66 €	14.047,86 €	214.731,52 €	45.093,62 €	**259.825,13 €**	73.184,40 €	5.122,91 €	78.307,31 €	16.444,53 €	**94.751,84 €**
Lote 2	337.369,93 €	23.615,90 €	360.985,83 €	75.807,02 €	**436.792,85 €**	303.756,52 €	21.262,96 €	325.019,48 €	68.254,09 €	**393.273,57 €**
Lote 3	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	**0,00 €**	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	**0,00 €**
Total	**538.053,59 €**	37.663,75 €	575.717,34 €	120.900,64 €	696.617,98 €	**376.940,92 €**	26.385,86 €	403.326,78 €	84.698,62 €	488.025,41 €
TOTAL CONTRATO										
Lote 1	3.475.708,66 €	243.299,61 €	3.719.008,27 €	780.991,74 €	**4.500.000,00 €**	1.544.759,40 €	108.133,16 €	1.652.892,56 €	347.107,44 €	**2.000.000,00 €**
Lote 2	2.780.566,93 €	194.639,69 €	2.975.206,62 €	624.793,39 €	**3.600.000,00 €**	1.235.807,52 €	86.506,53 €	1.322.314,05 €	277.685,95 €	**1.600.000,00 €**
Lote 3	695.141,73 €	48.659,92 €	743.801,65 €	156.198,35 €	**900.000,00 €**	308.951,89 €	21.626,63 €	330.578,52 €	69.421,49 €	**400.000,01 €**
Total	**6.951.417,32 €**	486.599,21 €	7.438.016,53 €	1.561.983,47 €	9.000.000,00 €	**3.089.518,81 €**	216.266,32 €	3.305.785,12 €	694.214,88 €	4.000.000,00 €

ANEXO II

Cálculo del presupuesto de licitación del contrato. Detalle de los planes tácticos de los diversos tipos de campañas previstas durante la ejecución del contrato.

A continuación se relacionan los *planes de medios* tipo por cada uno de los medios y campañas modeladas en el contrato, y que nos llevan a estimar el importe total de licitación del mismo, por lote.

En este segundo Anexo se detallan los planes de medios tipo, por medio y para cada una de las campañas planteadas (Anexo I), lo que constituye el punto de partida en el cálculo del presupuesto de licitación del contrato,

Es copia auténtica de documento electrónico

habiéndose usado en dicho ejercicio los precios de mercado de espacios publicitarios en los soportes utilizados en los últimos meses. Se emplean denominaciones genéricas de soportes, al no ser posible de antemano delimitar el número exacto de espacios por medio y soporte concreto, pues como venimos señalando el entorno de los medios de comunicación es muy dinamico (por ejemplo, por audiencias variables), estando además la elección de los espacios publicitarios especificos que componen cada campaña supeditada al perfil del público objetivo de la misma conforme al mensaje y creatividad a difundir, entre otros factores.

Por otro lado, las condiciones comerciales de los soportes no son estables durante un año natural; por ejemplo, cuando un soporte (gracias a un nuevo programa, un nuevo contenido o por la simple evolución de los hábitos de los consumidores) logra el liderazgo de su segmento en audiencia, puede modificar sus condiciones y renegociar los planes futuros con el objetivo de capitalizar su posición. Del mismo modo, cuando un soporte ve disminuir su audiencia, puede flexibilizar sus condiciones para que los anunciantes no mermen su actividad en él. Esto se da de manera convencional con la siguiente periodicidad:

1. Con cada informe mensual de Comscore para la prensa digital;
2. Con cada oleada del Estudio General de Medios (trimestral) para medios impresos y radio;
3. Con carácter trimestral en las cadenas de televisión;
4. En función del incremento de formatos o exclusividades en exterior o cine.

Por todo ello, se hace difícil a priori definir qué soportes van a ser o no líderes en sus segmentos durante todo el año, y por tanto si van a sufrir grandes modificaciones en sus condiciones comerciales (los espacios publicitarios que ofrecen y bajo que cindiciones). A pesar de que las condiciones del adjudicatario son fijas, un cambio en las tarifas repercutiría en nuestros planes. Por ello, para estimar el alcance de nuestras campañas partimos de una simulación a priori con las condiciones de mercado vigentes, de manera genérica. Nótese por tanto que se trata de una estimación de carácter orientativo, que podría modificarse con el paso de los meses.

De igual forma, no podemos prever las condiciones económicas de los licitadores, por lo que de nuevo y con carácter orientativo acudimos a condiciones similares a las que se disfrutan en el contrato vigente. Asumidas tales condiciones, para campañas imputables al Lote 1 o Lote 2 se ha tenido en cuenta en estos cálculos que el gasto en soportes o formatos fuera de tarifa o de los que han de ofertar los licitadores no suponga más de un 20% del total de la inversión estimada de cada campaña.

Para este ejercicio se ha asumido una comisión de agencia (Serv. Ag.) del 7,00%.

1) Campaña de Contenidos en Continuidad: acciones de *branded content* continuadas durante toda la vigencia del contrato (se contratarán por periodos, con mensaje informativo/publicitario en rotación según informaciones vigentes).

En prensa digital y radio, entendemos que los usuarios en ocasiones están tan saturados de publicidad que difícilmente pueden recordar un anuncio en concreto. Es más, en muchos casos, nuestra mente está preparada para hacer caso omiso de estos avisos. El Marketing de Contenidos ha logrado establecerse como una herramienta eficaz para la captación de la atención de los ciudadanos. Consiste en la creación de contenidos, ya sea en forma de artículos, gráficos o videos, pensando siempre en el público objetivo. Asimismo, busca siempre generar valor para el ciudadano, de modo que éste se sienta atraído (y no interrumpido) por lo que la Administración puede ofrecerle.

Es copia auténtica de documento electrónico

Para estimar su coste en el Lote 1, nos marcamos unos límites en los costes por visualización. Ese será el máximo que periódicamente se vigilará para que no se produzcan desviaciones. Además, estimamos la continuidad durante todo el periodo de contrato, con unas limitaciones propias de periodos de baja intensidad (como en el peridodo estival).

En el Lote 2, por su forma de comercialización, estimamos el coste a tarifa de este formato en los soportes líderes y le aplicamos un descuento orientativo basado en los del contrato vigente.

- Campañas de continuidad en el Lote 1.

Site	Formato	Sección	Segmentación	Nº de contenidos	Visualizaciones/contenido	CPV	TOTAL NETO Imputable a esta Campaña
Diarios Regionales/Locales							
Soporte 1	BRANDED CONTENT	HOME +ROS	Ip And-Ros 5	**45**	**10.000**	0,40 €	180.000,00 €
Soporte 2	BRANDED CONTENT	HOME +ROS	Ip And-Ros 5	**45**	**10.000**	0,48 €	218.100,00 €
Soporte 3	BRANDED CONTENT	HOME +ROS	Ip And-Ros 5	**45**	**8.000**	0,50 €	180.000,00 €
Soporte 4	BRANDED CONTENT	HOME +ROS	Ip And-Ros 5	**45**	**8.000**	0,50 €	180.000,00 €
Soporte 5	BRANDED CONTENT	HOME +ROS	Ip And-Ros 5	**45**	**8.000**	0,50 €	180.000,00 €
Soporte 6	BRANDED CONTENT	HOME +ROS	Ip And-Ros 5	**45**	**8.000**	0,50 €	180.000,00 €
Soporte 7	BRANDED CONTENT	HOME +ROS	Ip And-Ros 5	**45**	**8.000**	0,50 €	180.000,00 €
Soporte 8	BRANDED CONTENT	HOME +ROS	Ip And-Ros 5	**45**	**5.000**	0,50 €	112.500,00 €
Soporte 9	BRANDED CONTENT	HOME +ROS	Ip And-Ros 5	**45**	**5.000**	0,50 €	112.500,00 €
Soporte 10	BRANDED CONTENT	HOME +ROS	Ip And-Ros 5	**45**	**3.000**	0,50 €	67.500,00 €
TOTAL CAMPAÑA					73.000		1.590.600,00 €

- Campañas de continuidad en el Lote 2.

Emisora	Formato	Sección	Segmentación	Nº de contenidos	Tarifa Formato	DTO.	Neto	Total Tarifa	Total Neto
Soporte 1	BRANDED CONTENT	Matinales	Andalucía	**225**	**7.500,00 €**	92,50%	562,50 €	1.687.500,00 €	126.562,50 €
Soporte 2	BRANDED CONTENT	Matinales	Andalucía	**225**	**6.000,00 €**	92,50%	450,00 €	1.350.000,00 €	101.250,00 €
Soporte 3	BRANDED CONTENT	Matinales	Andalucía	**225**	**4.500,00 €**	92,50%	337,50 €	1.012.500,00 €	75.937,50 €
Soporte 4	BRANDED CONTENT	Matinales	Andalucía	**225**	**1.807,29 €**	92,50%	135,55 €	406.640,25 €	30.498,02 €
TOTAL CAMPAÑA					19.807				334.248,02 €

2) Campañas Tipo A: son campañas que requieren un 95% de cobertura en todo el territorio regional, con unos impactos estimados de 20 OTS y una duración de entre 21 y 30 días. Requieren por su máxima relevancia del

Es copia auténtica de documento electrónico

uso del medio exterior y cine.

Para estimar el coste que tienen estas campañas (1.008.000 € + Servicio de Agencia e IVA) recurrimos a un ejercicio de planificación por medios y soportes que garantizasen esos resultados, como ya se ha dicho estimando las condiciones comerciales vigentes en el momento del análisis. El resultado sería el plan que a continuación se detalla:

- Lote 1. Prensa Digital

Site	Formato	Sección	Segmentación	Modelo de Compra	Impresiones Estimadas	CPM NETO	TOTAL NETO Imputable esta Campaña
Diarios Regionales/ Locales							
Soporte 1	BILLBOARD DESPLEGABLE / MOBILE	HOME +ROS	Ip And-Ros 5	CPM	**2.500.000**	9,00 €	22.500,00 €
Soporte 2	BILLBOARD DESPLEGABLE / MOBILE	HOME +ROS	Ip And-Ros 5	CPM	**2.500.000**	8,85 €	22.125,00 €
Soporte 3	BILLBOARD DESPLEGABLE / MOBILE	HOME +ROS	Ip And-Ros 5	CPM	**2.500.000**	8,85 €	22.125,00 €
Soporte 4	BILLBOARD DESPLEGABLE / MOBILE	HOME +ROS	Ip And-Ros 5	CPM	**2.500.000**	8,85 €	22.125,00 €
Soporte 5	BILLBOARD DESPLEGABLE / MOBILE	HOME +ROS	Ip And-Ros 5	CPM	**2.500.000**	8,85 €	22.125,00 €
Soporte 6	BILLBOARD DESPLEGABLE / MOBILE	HOME +ROS	Ip And-Ros 5	CPM	**2.500.000**	7,50 €	18.750,00 €
Soporte 7	BILLBOARD DESPLEGABLE / MOBILE	HOME +ROS	Ip And-Ros 5	CPM	**2.500.000**	7,50 €	18.750,00 €
Soporte 8	BILLBOARD DESPLEGABLE / MOBILE	HOME +ROS	Ip And-Ros 5	CPM	**2.500.000**	7,50 €	18.750,00 €
Soporte 9	BILLBOARD DESPLEGABLE / MOBILE	HOME +ROS	Ip And-Ros 5	CPM	**2.500.000**	7,50 €	18.750,00 €
Soporte 10	BILLBOARD DESPLEGABLE / MOBILE	HOME +ROS	Ip And-Ros 5	CPM	**2.500.000**	7,50 €	18.750,00 €
Soporte 11	BILLBOARD DESPLEGABLE / MOBILE	HOME +ROS	Ip And-Ros 5	CPM	**2.000.000**	6,00 €	12.000,00 €
Soporte 12	BILLBOARD DESPLEGABLE / MOBILE	HOME +ROS	Ip And-Ros 5	CPM	**2.000.000**	6,00 €	12.000,00 €
Soporte 13	BILLBOARD DESPLEGABLE / MOBILE	HOME +ROS	Ip And-Ros 5	CPM	**2.000.000**	6,00 €	12.000,00 €
Soporte 14	BILLBOARD DESPLEGABLE / MOBILE	HOME +ROS	Ip And-Ros 5	CPM	**2.000.000**	6,00 €	12.000,00 €
Soporte 15	BILLBOARD DESPLEGABLE / MOBILE	HOME +ROS	Ip And-Ros 5	CPM	**2.000.000**	6,00 €	12.000,00 €
Soporte 16	BILLBOARD DESPLEGABL	HOME +ROS	Ip And-Ros 5	CPM	**2.000.000**	6,00 €	12.000,00 €

Es copia auténtica de documento electrónico

	E / MOBILE						
Soporte 17	BILLBOARD DESPLEGABLE / MOBILE	HOME +ROS	Ip And-Ros 5	CPM	**2.000.000**	6,00 €	12.000,00 €
Soporte 18	BILLBOARD DESPLEGABLE / MOBILE	HOME +ROS	Ip And-Ros 5	CPM	**2.000.000**	6,00 €	12.000,00 €
Soporte 19	BILLBOARD DESPLEGABLE / MOBILE	HOME +ROS	Ip And-Ros 5	CPM	**2.000.000**	6,00 €	12.000,00
Soporte 20	BILLBOARD DESPLEGABLE / MOBILE	HOME +ROS	Ip And-Ros 5	CPM	**2.000.000**	6,00 €	12.000,00 €
Soporte 21	BILLBOARD DESPLEGABLE / MOBILE	HOME +ROS	Ip And-Ros 5	CPM	**1.500.000**	3,75 €	5.625,00 €
Soporte 22	BILLBOARD DESPLEGABLE / MOBILE	HOME +ROS	Ip And-Ros 5	CPM	**1.500.000**	3,75 €	5.625,00 €
Soporte 23	BILLBOARD DESPLEGABLE / MOBILE	HOME +ROS	Ip And-Ros 5	CPM	**1.500.000**	3,75 €	5.625,00 €
Soporte 24	BILLBOARD DESPLEGABLE / MOBILE	HOME +ROS	Ip And-Ros 5	CPM	**1.500.000**	3,75 €	5.625,00 €
Soporte 25	BILLBOARD DESPLEGABLE / MOBILE	HOME +ROS	Ip And-Ros 5	CPM	**1.250.000**	3,75 €	4.687,50 €
Soporte 26	BILLBOARD DESPLEGABLE / MOBILE	HOME +ROS	Ip And-Ros 5	CPM	**1.250.000**	3,75 €	4.687,50 €
Soporte 27	BILLBOARD DESPLEGABLE / MOBILE	HOME +ROS	Ip And-Ros 5	CPM	**1.250.000**	3,75 €	4.687,50 €
Soporte 28	BILLBOARD DESPLEGABLE / MOBILE	HOME +ROS	Ip And-Ros 5	CPM	**1.250.000**	3,75 €	4.687,50 €
Soporte 29	BILLBOARD DESPLEGABLE / MOBILE	HOME +ROS	Ip And-Ros 5	CPM	**1.000.000**	3,00 €	3.000,00 €
Soporte 30	BILLBOARD DESPLEGABLE / MOBILE	HOME +ROS	Ip And-Ros 5	CPM	**500.000**	2,00 €	1.000,00 €
TOTAL CAMPAÑA					57.500.000		370.000,00 €

- Lote 2. Radio Convencional

							TOTALES		
Soporte Radio Convencional	**Ámbito**	**Horario**	**Día**	**Tarifa Cuña 30"**	**Dto.**	**Neto "**	**Nº Ins Total**	**Total Tarifa "**	**Total Neto "**
SOPORTE 1									
PROGRAMA 1	Andalucía	07:00 - 11:00	L - V	8.000,00 €	92,50%	600,00 €	40	320.000,00 €	24.000,00 €
PROGRAMA 2	Andalucía	11:00 - 12:30	L - V	6.000,00 €	92,50%	450,00 €	40	240.000,00 €	18.000,00 €
PROGRAMA 3	Andalucía	14:00 - 15:00	L - V	5.000,00 €	92,50%	375,00 €	40	200.000,00 €	15.000,00 €

Es copia auténtica de documento electrónico

					120	760.000 ,00 €	57.000,00 €		

SOPORTE 2

PROGRAMA 1	Andalucía	07:00 - 11:00	L - V	5.000,00 €	92,50%	375,00 €	35	175.000,00 €	13.125,00 €
PROGRAMA 2	Andalucía	11:00 - 12:30	L - V	5.000,00 €	92,50%	375,00 €	35	175.000,00 €	13.125,00 €
PROGRAMA 3	Andalucía	14:00 - 15:00	L - V	4.500,00 €	92,50%	337,50 €	40	180.000,00 €	13.500,00 €
					110	530.000 ,00 €	39.750,00 €		

SOPORTE 3

PROGRAMA 1	Andalucía	07:00 - 11:00	L - V	4.500,00 €	92,50%	337,50 €	30	135.000,00 €	10.125,00 €
PROGRAMA 2	Andalucía	11:00 - 12:30	L - V	3.500,00 €	92,50%	262,50 €	40	140.000,00 €	10.500,00 €
PROGRAMA 3	Andalucía	14:00 - 15:00	L - V	3.500,00 €	92,50%	262,50 €	40	140.000,00 €	10.500,00 €
					110	415.000 ,00 €	31.125,00 €		

SOPORTE 4

PROGRAMA 1	Sevilla	07:00 - 11:00	L - V	900,00 €	92,50%	67,50 €	20	18.000,00 €	1.350,00 €
PROGRAMA 2	Sevilla	11:00 - 12:30	L - V	850,00 €	92,50%	63,75 €	20	17.000,00 €	1.275,00 €
		40	35.000, 00 €	2.625,00 €					

Total	1.740.000, 00 €	130.500,00 €
Cuñas	380	

- Lote 2. Radio Fórmula

Soporte Radio Fórmula	Ámbito	Horario	Día	Cuña 30"	Dto.	Neto "	TOTALES Nº Ins Total	Total Tarifa "	Total Neto "
SOPORTE 1									
PROGRAMA 1	Andalucía	06:00 - 11:00	L-S	2.500,00 €	91,00%	225,00 €	40	100.000,00 €	9.000,00 €
PROGRAMA 2	Andalucía	11:00- 14:00	L-S	1.750,00 €	91,00%	157,50 €	40	70.000,00 €	6.300,00 €
					80	170.000 ,00 €	15.300,00 €		
SOPORTE 2									
PROGRAMA 1	Andalucía	06:00 - 11:00	L-S	2.000,00 €	91,00%	180,00 €	35	70.000,00 €	6.300,00 €
PROGRAMA 2	Andalucía	10:00 - 14:00	L-S	1.750,00 €	91,00%	157,50 €	35	61.250,00 €	5.512,50 €

Es copia auténtica de documento electrónico

					70	131.250,00 €	11.812,50 €			
SOPORTE 3										
PROGRAMA 1	Andalucía	07:00-11:00	L-S	2.000,00 €	91,00%	180,00 €		35	70.000,00 €	6.300,00 €
PROGRAMA 2	Andalucía	07:00-1:00	L-S	1.850,00 €	87,15%	237,73 €		30	55.500,00 €	7.131,75 €
					65	125.500,00 €	13.431,75 €			
SOPORTE 4										
PROGRAMA 1	Andalucía	06:00-11:00	L-S	1.100,00 €	91,00%	99,00 €		30	33.000,00 €	2.970,00 €
PROGRAMA 2	Andalucía	06:00-11:00	L-S	500,00 €	91,00%	45,00 €		30	15.000,00 €	1.350,00 €
								60	48.000,00 €	4.320,00 €
SOPORTE 5										
PROGRAMA 1	Andalucía	06:00-14:30	L-S	1.000,00 €	91,00%	90,00 €		30	30.000,00 €	2.700,00 €
PROGRAMA 2	Andalucía	14:30-24:00	L-S	503,12 €	88,50%	57,86 €		30	15.093,45 €	1.735,75 €
								60	45.093,45 €	4.435,75 €
					Total	519.843,45 €	49.300,00 €			
						Cuñas		335		

- Lote 2. Radio Digital

SOPORTE	Formato	Medidas	Modelo de Compra	Impresiones Estimadas	CPM Tarifa	TOTAL BRUTO	DTO	CPM NETO	TOTAL NETO Imputable a esta Campaña
SOPORTE 1	RADIO AUDIO ON LINE	PODCATS	CPM	**1.500.000**	100,00 €	150.000,00 €	91,04%	8,96 €	13.440,00 €
SOPORTE 2	RADIO AUDIO ON LINE	PODCATS	CPM	**1.463.816**	95,00 €	139.062,52 €	91,04%	8,51 €	12.660,00 €
TOTAL CAMPAÑA				2.963.816					**26.100,00 €**

- Lote 2. TV

Soporte	Ámbito	Horario	Día	SPOT 30"	Dto.	Neto 30"	Nº Ins	Total Neto 30"
SOPORTE REGIONAL 1								
FRANJA	ANDALUCIA	Prime Time	L-D	5.000,00 €	91,50%	425,00 €	75	31.875,00 €
			75	31.875,00 €				

Es copia auténtica de documento electrónico

SOPORTE REGIONAL 2									
FRANJA	ANDALUCIA			Prime Time	L-D	3.700,00 €	91,50%	314,50 €	75	23.587,50 €
					75		**23.587,50 €**		
OTROS SOPORTES LOCALES									
SOPORTE 1	GRANADA			Prime Time	L-D	500,00 €	91,50%	42,50 €	80	3.400,00 €
SOPORTE 2	JAÉN			Prime Time	L-D	500,00 €	91,50%	42,50 €	80	3.400,00 €
SOPORTE 3	CADIZ			Prime Time	L-D	550,00 €	91,50%	46,75 €	80	3.740,00 €
SOPORTE 4	ALMERÍA			Prime Time	L-D	500,00 €	91,50%	42,50 €	80	3.400,00 €
SOPORTE 5	CÓRDOBA			Prime Time	L-D	550,00 €	91,50%	46,75 €	80	3.740,00 €
SOPORTE 6	SEVILLA			Prime Time	L-D	561,40 €	91,50%	47,72 €	80	3.817,50 €
SOPORTE 7	MÁLAGA			Prime Time	L-D	550,00 €	91,50%	46,75 €	80	3.740,00 €
SOPORTE 8	HUELVA			Prime Time	L-D	500,00 €	91,50%	42,50 €	80	3.400,00 €
									640	**28.637,50 €**
									790	**84.100,00 €**

- Lote 3. Exterior

Soporte	Ámbito	Formato	Nº Soportes	Periodicidad	COSTE UNIDAD	TOTAL NETO Imputable a esta Campaña
VALLAS	ANDALUCÍA	8X3 PAPEL	90	QUINCENAL	70,00 €	6.300,00 €
VALLAS	ANDALUCÍA	8X3 PAPEL	70	QUINCENAL	70,00 €	4.900,00 €
VALLAS	ANDALUCÍA	8X3 PAPEL	70	QUINCENAL	70,00 €	4.900,00 €
VALLAS	ANDALUCÍA	8X3 PAPEL	70	QUINCENAL	70,00 €	4.900,00 €
VALLAS	ANDALUCÍA	8X3 PAPEL	70	QUINCENAL	70,00 €	4.900,00 €
VALLAS	ANDALUCÍA	8X3 PAPEL	70	QUINCENAL	70,00 €	4.900,00 €
VALLAS	ANDALUCÍA	8X3 PAPEL	70	QUINCENAL	70,00 €	4.900,00 €
VALLAS	ANDALUCÍA	8X3 PAPEL	70	QUINCENAL	70,00 €	4.900,00 €
VALLAS	ANDALUCÍA	8X3 PAPEL	70	QUINCENAL	70,00 €	4.900,00 €
VALLAS	ANDALUCÍA	8X3 PAPEL	70	QUINCENAL	70,00 €	4.900,00 €
VALLAS	ANDALUCÍA	8X3 PAPEL	70	QUINCENAL	70,00 €	4.900,00 €
VALLAS	ANDALUCÍA	8X3 PAPEL	70	QUINCENAL	70,00 €	4.900,00 €
VALLAS	ANDALUCÍA	8X3 PAPEL	70	QUINCENAL	70,00 €	4.900,00 €
MUPIS	LOCAL	176X120	100	SEMANAL	100,00 €	10.000,00 €
MUPIS	LOCAL	176X120	100	SEMANAL	100,00 €	10.000,00 €
MUPIS	LOCAL	176X120	100	SEMANAL	100,00 €	10.000,00 €
MUPIS	LOCAL	176X120	100	SEMANAL	100,00 €	10.000,00 €

Es copia auténtica de documento electrónico

MUPIS	LOCAL	176X120	100	SEMANAL	100,00 €	10.000,00 €
MUPIS	LOCAL	176X120	100	SEMANAL	100,00 €	10.000,00 €
MUPIS	LOCAL	176X120	100	SEMANAL	100,00 €	10.000,00 €
MUPIS	LOCAL	176X120	100	SEMANAL	100,00 €	10.000,00 €
MUPIS	LOCAL	176X120	100	SEMANAL	100,00 €	10.000,00 €
MUPIS	LOCAL	176X120	100	SEMANAL	100,00 €	10.000,00 €
MUPIS	LOCAL	176X120	100	SEMANAL	100,00 €	10.000,00 €
MUPIS	LOCAL	176X120	100	SEMANAL	100,00 €	10.000,00 €
MUPIS	LOCAL	176X120	100	SEMANAL	100,00 €	10.000,00 €
AUTOBÚS	ANDALUCÍA	PERSONALIZADO	100	MENSUAL	772,00 €	77.200,00 €
TRANVÍA/METRO	LOCAL	PERSONALIZADO	2	MENSUAL	12.000,00 €	24.000,00 €
TRANVÍA/METRO	LOCAL	PERSONALIZADO	1	MENSUAL	12.000,00 €	12.000,00 €
TOTAL CAMPAÑA						313.200,00 €

- Lote 3. Cine

PROVEEDOR	**Formato**	**Ubicación**	**Nº de Salas**	**Modelo de Compra**	**Impresio-nes Estimadas**	**CPM NETO**	**TOTAL NETO Imputable a esta Campaña**
Proveedor 1	SPOT 30''	Ubicación 1	100	CPM	**75.000**	300,00 €	22.500,00 €
Proveedor 2	SPOT 30''	Ubicación 2	20	CPM	**25.000**	295,00 €	7.375,00 €
Proveedor 3	SPOT 30''	Ubicación 3	10	CPM	**16.695**	295,00 €	4.925,00 €
TOTAL CAMPAÑA					116.695		34.800,00 €

- Resumen Económico Campañas Tipo A

RESUMEN	
Total L1	**370.000,00 €**
Digital	370.000,00 €
Total L2	**290.000,00 €**
Radio Convencional	130.500,00 €
Radio Fórmula	49.300,00 €
Podcasts	26.100,00 €
TV Local	84.100,00 €
Total L3	**348.000,00 €**
Exterior	313.200,00 €
Cine	34.800,00 €
Subtotal	**1.008.000,00 €**
Servicio de Agencia (7%)	70.560,00 €

Es copia auténtica de documento electrónico

Total	1.078.560,00 €
Iva No Incluido	

3) Campañas Tipo B: son campañas que requieren un 90% de cobertura en todo el territorio regional, con unos impactos estimados de 15 OTS y una duración de entre 21 y 30 días. De menor peso que las Tipo A, no requieren de medio exterior y cine. Además, bajamos algo la presión en Lote 1 (reduciendo el número de soportes, eliminando los de menor audiencia), compensando en el Lote 2 para mantener los niveles necesarios en los indicadores. El resultado es un plan con un importe orientativo de 650.000 € + servicio de agencia e IVA.

- Lote 1. Prensa Digital

Site	Formato	Sección	Segmentación	Modelo de Compra	Impresiones Estimadas	CPM NETO	TOTAL NETO Imputable a esta Campaña
Diarios Regionales/ Locales							
Soporte 1	BILLBOARD DESPLEGABLE / MOBILE	HOME +ROS	Ip And-Ros 5	CPM	**2.500.000**	9,00 €	22.500,00 €
Soporte 2	BILLBOARD DESPLEGABLE / MOBILE	HOME +ROS	Ip And-Ros 5	CPM	**2.500.000**	8,85 €	22.125,00 €
Soporte 3	BILLBOARD DESPLEGABLE / MOBILE	HOME +ROS	Ip And-Ros 5	CPM	**2.500.000**	8,85 €	22.125,00 €
Soporte 4	BILLBOARD DESPLEGABLE / MOBILE	HOME +ROS	Ip And-Ros 5	CPM	**2.500.000**	8,85 €	22.125,00 €
Soporte 5	BILLBOARD DESPLEGABLE / MOBILE	HOME +ROS	Ip And-Ros 5	CPM	**2.500.000**	8,85 €	22.125,00 €
Soporte 6	BILLBOARD DESPLEGABLE / MOBILE	HOME +ROS	Ip And-Ros 5	CPM	**2.500.000**	7,50 €	18.750,00 €
Soporte 7	BILLBOARD DESPLEGABLE / MOBILE	HOME +ROS	Ip And-Ros 5	CPM	**2.500.000**	7,50 €	18.750,00 €
Soporte 8	BILLBOARD DESPLEGABLE / MOBILE	HOME +ROS	Ip And-Ros 5	CPM	**2.500.000**	7,50 €	18.750,00 €
Soporte 9	BILLBOARD DESPLEGABLE / MOBILE	HOME +ROS	Ip And-Ros 5	CPM	**2.500.000**	7,50 €	18.750,00 €
Soporte 10	BILLBOARD DESPLEGABLE / MOBILE	HOME +ROS	Ip And-Ros 5	CPM	**2.500.000**	7,50 €	18.750,00 €
Soporte 11	BILLBOARD DESPLEGABLE / MOBILE	HOME +ROS	Ip And-Ros 5	CPM	**2.000.000**	6,00 €	12.000,00 €
Soporte 12	BILLBOARD DESPLEGABLE / MOBILE	HOME +ROS	Ip And-Ros 5	CPM	**2.000.000**	6,00 €	12.000,00 €
Soporte 13	BILLBOARD DESPLEGABLE / MOBILE	HOME +ROS	Ip And-Ros 5	CPM	**2.000.000**	6,00 €	12.000,00 €

Es copia auténtica de documento electrónico

Soporte 14	BILLBOARD DESPLEGABLE / MOBILE	HOME +ROS	Ip And-Ros 5	CPM	**2.000.000**	6,00 €	12.000,00 €
Soporte 15	BILLBOARD DESPLEGABLE / MOBILE	HOME +ROS	Ip And-Ros 5	CPM	**2.000.000**	6,00 €	12.000,00 €
Soporte 16	BILLBOARD DESPLEGABLE / MOBILE	HOME +ROS	Ip And-Ros 5	CPM	**2.000.000**	6,00 €	12.000,00 €
Soporte 17	BILLBOARD DESPLEGABLE / MOBILE	HOME +ROS	Ip And-Ros 5	CPM	**2.000.000**	6,00 €	12.000,00 €
Soporte 18	BILLBOARD DESPLEGABLE / MOBILE	HOME +ROS	Ip And-Ros 5	CPM	**2.000.000**	6,00 €	12.000,00 €
Soporte 19	BILLBOARD DESPLEGABLE / MOBILE	HOME +ROS	Ip And-Ros 5	CPM	**2.000.000**	6,00 €	12.000,00 €
Soporte 20	BILLBOARD DESPLEGABLE / MOBILE	HOME +ROS	Ip And-Ros 5	CPM	**2.000.000**	6,00 €	12.000,00 €
Soporte 21	BILLBOARD DESPLEGABLE / MOBILE	HOME +ROS	Ip And-Ros 5	CPM	**1.450.000**	3,75 €	5.437,50 €
Soporte 22	BILLBOARD DESPLEGABLE / MOBILE	HOME +ROS	Ip And-Ros 5	CPM	**1.450.000**	3,75 €	5.437,50 €
Soporte 23	BILLBOARD DESPLEGABLE / MOBILE	HOME +ROS	Ip And-Ros 5	CPM	**1.450.000**	3,75 €	5.437,50 €
Soporte 24	BILLBOARD DESPLEGABLE / MOBILE	HOME +ROS	Ip And-Ros 5	CPM	**1.200.000**	3,75 €	4.500,00 €
Soporte 25	BILLBOARD DESPLEGABLE / MOBILE	HOME +ROS	Ip And-Ros 5	CPM	**1.183.334**	3,75 €	4.437,50 €
TOTAL CAMPAÑA					51.733.334		350.000,00 €

- Lote 2. Radio Convencional

								TOTALES		
Soporte Radio Convencional	**Ámbito**	**Horario**	**Día**	**Tarifa Cuña 30"**	**Dto.**	**Neto "**		**Nº Ins Total**	**Total Tarifa "**	**Total Neto "**
SOPORTE 1										
PROGRAMA 1	Andalucía	07:00 - 11:00	L - V	8.000,00 €	92,50%	600,00 €		40	320.000,00 €	24.000,00 €
PROGRAMA 2	Andalucía	11:00 - 12:30	L - V	6.000,00 €	92,50%	450,00 €		40	240.000,00 €	18.000,00 €
PROGRAMA 3	Andalucía	14:00 - 15:00	L - V	5.000,00 €	92,50%	375,00 €		40	200.000,00 €	15.000,00 €
				120	**760.000,00 €**	**57.000,00 €**				
SOPORTE 2										
PROGRAMA 1	Andalucía	07:00 - 11:00	L - V	5.000,00 €	92,50%	375,00 €		40	200.000,00 €	15.000,00 €
PROGRAMA 2	Andalucía	11:00 - 12:30	L -	5.000,00 €	92,50%	375,00 €		40	200.000,00	15.000,00 €

Es copia auténtica de documento electrónico

			V					€	
PROGRAMA 3	Andalucía	14:00 - 15:00	L - V	4.500,00 €	92,50%	337,50 €	40	180.000,00 €	13.500,00 €
				120	**580.000 ,00 €**	**43.500,00 €**			

SOPORTE 3

PROGRAMA 1	Andalucía	07:00 - 11:00	L - V	4.500,00 €	92,50%	337,50 €	40	180.000,00 €	13.500,00 €
PROGRAMA 2	Andalucía	11:00 - 12:30	L - V	3.500,00 €	92,50%	262,50 €	40	140.000,00 €	10.500,00 €
PROGRAMA 3	Andalucía	14:00 - 15:00	L - V	3.500,00 €	92,50%	262,50 €	40	140.000,00 €	10.500,00 €
				120	**460.000 ,00 €**	**34.500,00 €**			

SOPORTE 4

PROGRAMA 1	Sevilla	07:00 - 11:00	L - V	900,00 €	92,50%	67,50 €	40	36.000,00 €	2.700,00 €
PROGRAMA 2	Sevilla	11:00 - 12:30	L - V	850,00 €	92,50%	63,75 €	40	34.000,00 €	2.550,00 €
		80	**70.000, 00 €**	**5.250,00 €**					

Total	**1.870.000, 00 €**	**140.250,0 0 €**
Cuñas	**440**	

- Lote 2. Radio Fórmula

Soporte Radio Fórmula	**Ámbito**	**Horario**	**Día**	**Cuña 30"**	**Dto.**	**Neto "**		**TOTALES**		
								Nº Ins Total	**Total Tarifa "**	**Total Neto "**
SOPORTE 1										
PROGRAMA 1	Andalucía	06:00 - 11:00	L-S	2.500,00 €	91,00%	225,00 €		40	100.000,00 €	9.000,00 €
PROGRAMA 2	Andalucía	11:00-14:00	L-S	1.750,00 €	91,00%	157,50 €		40	70.000,00 €	6.300,00 €
					80	**170.000 ,00 €**	**15.300,00 €**			
SOPORTE 2										
PROGRAMA 1	Andalucía	06:00 - 11:00	L-S	2.000,00 €	91,00%	180,00 €		35	70.000,00 €	6.300,00 €
PROGRAMA 2	Andalucía	10:00 - 14:00	L-S	1.750,00 €	91,00%	157,50 €		35	61.250,00 €	5.512,50 €
					70	**131.250 ,00 €**	**11.812,50 €**			
SOPORTE 3										
PROGRAMA 1	Andalucía	07:00-11:00	L-S	2.000,00 €	91,00%	180,00 €		35	70.000,00 €	6.300,00 €

Es copia auténtica de documento electrónico

PROGRAMA 2	Andalucía	07:00-1:00	L-S	1.850,00 €	87,15%	237,73 €		30	55.500,00 €	7.131,75 €
					65	**125.500,00 €**	**13.431,75 €**			
SOPORTE 4										
PROGRAMA 1	Andalucía	06:00 - 11:00	L-S	1.100,00 €	91,00%	99,00 €		30	33.000,00 €	2.970,00 €
PROGRAMA 2	Andalucía	06:00 - 11:00	L-S	500,00 €	91,00%	45,00 €		30	15.000,00 €	1.350,00 €
								60	**48.000,00 €**	**4.320,00 €**
SOPORTE 5										
PROGRAMA 1	Andalucía	06:00 - 14:30	L-S	1.000,00 €	91,00%	90,00 €		32	32.000,00 €	2.880,00 €
PROGRAMA 2	Andalucía	14:30 - 24:00	L-S	503,12 €	88,50%	57,86 €		31	15.596,57 €	1.793,60 €
								63	**47.596,57 €**	**4.673,60 €**
					Total	**522.346,57 €**	**49.537,85 €**			
								Cuñas	**338**	

- Lote 2. Radio Digital

SOPORTE	Formato	Medidas	Modelo de Compra	Impresiones Estimadas	CPM Tarifa	TOTAL BRUTO	DTO	CPM NETO	TOTAL NETO Imputable a esta Campaña
SOPORTE 1	RADIO AUDIO ON LINE	PODCATS	CPM	**1.500.000**	100,00 €	150.000,00 €	91,04%	8,96 €	13.440,00 €
SOPORTE 2	RADIO AUDIO ON LINE	PODCATS	CPM	**1.465.243**	95,00 €	139.198,09 €	91,04%	8,51 €	12.672,15 €
TOTAL CAMPAÑA				2.965.243					**26.112,15 €**

- Lote 2. Televisión

							TOTAL		
Soporte	**Ámbito**	**Horario**	**Día**	**SPOT 30"**	**Dto.**	**Neto 30"**	**Nº Ins**	**Total Neto 30"**	
SOPORTE REGIONAL 1									
FRANJA	ANDALUCIA	Prime Time	L-D	5.000,00 €	91,50%	425,00 €	75	31.875,00 €	

Es copia auténtica de documento electrónico

				75	**31.875,00 €**			

SOPORTE REGIONAL 2

FRANJA	ANDALUCIA	Prime Time	L-D	3.700,00 €	91,50%	314,50 €	75	23.587,50 €
				75	**23.587,50 €**			

OTROS SOPORTES LOCALES

SOPORTE 1	GRANADA	Prime Time	L-D	500,00 €	91,50%	42,50 €	80	3.400,00 €
SOPORTE 2	JAÉN	Prime Time	L-D	500,00 €	91,50%	42,50 €	80	3.400,00 €
SOPORTE 3	CADIZ	Prime Time	L-D	550,00 €	91,50%	46,75 €	80	3.740,00 €
SOPORTE 4	ALMERÍA	Prime Time	L-D	500,00 €	91,50%	42,50 €	80	3.400,00 €
SOPORTE 5	CÓRDOBA	Prime Time	L-D	550,00 €	91,50%	46,75 €	80	3.740,00 €
SOPORTE 6	SEVILLA	Prime Time	L-D	561,40 €	91,50%	47,72 €	80	3.817,50 €
SOPORTE 7	MÁLAGA	Prime Time	L-D	550,00 €	91,50%	46,75 €	80	3.740,00 €
SOPORTE 8	HUELVA	Prime Time	L-D	500,00 €	91,50%	42,50 €	80	3.400,00 €
							640	**28.637,50 €**
							790	**84.100,00 €**

- Resumen Económico Campañas Tipo B

RESUMEN	
Total L1	**350.000,00 €**
Digital	350.000,00 €
Total L2	**300.000,00 €**
Radio Convencional	140.250,00 €
Radio Fórmula	49.537,85 €
Podcasts	26.112,15 €
TV Local	84.100,00 €
Total L3	**0,00 €**
Exterior	0,00 €
Cine	0,00 €
Subtotal	**650.000,02 €**
Servicio de Agencia (7%)	45.500,00 €
Total	**695.500,02 €**
Iva No Incluido	

4) Campañas Tipo C: son campañas donde los requerimientos de cobertura y frecuencia se establece sólo en grandes núcleos de población y tienen una vigencia estimada de entre 15 y 21 días.

Estos objetivos nos permiten optimizar el presupuesto, reduciendo el número de soportes planificados y el número de inserciones previstas, al tener una extensión temporal menor. El resultado es una campaña de un

Es copia auténtica de documento electrónico

estimado de 520.000 € + servicio de agencia e IVA.

- Lote 1. Prensa Digital

Site	Formato	Sección	Segmentación	Modelo de Compra	Impresiones Estimadas	CPM NETO	TOTAL NETO Imputable a esta Campaña
Diarios Regionales/ Locales							
Soporte 1	BILLBOARD / DESPLEGABLE MOBILE	HOME +ROS	Ip And-Ros 5	CPM	**2.000.000**	9,00 €	18.000,00 €
Soporte 2	BILLBOARD / DESPLEGABLE MOBILE	HOME +ROS	Ip And-Ros 5	CPM	**2.000.000**	8,85 €	17.700,00 €
Soporte 3	BILLBOARD / DESPLEGABLE MOBILE	HOME +ROS	Ip And-Ros 5	CPM	**2.000.000**	8,85 €	17.700,00 €
Soporte 4	BILLBOARD / DESPLEGABLE MOBILE	HOME +ROS	Ip And-Ros 5	CPM	**2.000.000**	8,85 €	17.700,00 €
Soporte 5	BILLBOARD / DESPLEGABLE MOBILE	HOME +ROS	Ip And-Ros 5	CPM	**2.000.000**	8,85 €	17.700,00 €
Soporte 6	BILLBOARD / DESPLEGABLE MOBILE	HOME +ROS	Ip And-Ros 5	CPM	**2.000.000**	7,50 €	15.000,00 €
Soporte 7	BILLBOARD / DESPLEGABLE MOBILE	HOME +ROS	Ip And-Ros 5	CPM	**2.000.000**	7,50 €	15.000,00 €
Soporte 8	BILLBOARD / DESPLEGABLE MOBILE	HOME +ROS	Ip And-Ros 5	CPM	**2.000.000**	7,50 €	15.000,00 €
Soporte 9	BILLBOARD / DESPLEGABLE MOBILE	HOME +ROS	Ip And-Ros 5	CPM	**2.000.000**	7,50 €	15.000,00 €
Soporte 10	BILLBOARD / DESPLEGABLE MOBILE	HOME +ROS	Ip And-Ros 5	CPM	**1.500.000**	7,50 €	11.250,00 €
Soporte 11	BILLBOARD / DESPLEGABLE MOBILE	HOME +ROS	Ip And-Ros 5	CPM	**1.500.000**	6,00 €	9.000,00 €
Soporte 12	BILLBOARD / DESPLEGABLE MOBILE	HOME +ROS	Ip And-Ros 5	CPM	**1.500.000**	6,00 €	9.000,00 €
Soporte 13	BILLBOARD / DESPLEGABLE MOBILE	HOME +ROS	Ip And-Ros 5	CPM	**1.500.000**	6,00 €	9.000,00 €
Soporte 14	BILLBOARD / DESPLEGABLE MOBILE	HOME +ROS	Ip And-Ros 5	CPM	**1.500.000**	6,00 €	9.000,00 €
Soporte 15	BILLBOARD / DESPLEGABLE MOBILE	HOME +ROS	Ip And-Ros 5	CPM	**1.500.000**	6,00 €	9.000,00 €
Soporte 16	BILLBOARD / DESPLEGABLE MOBILE	HOME +ROS	Ip And-Ros 5	CPM	**1.500.000**	6,00 €	9.000,00 €
Soporte 17	BILLBOARD / DESPLEGABLE MOBILE	HOME +ROS	Ip And-Ros 5	CPM	**1.500.000**	6,00 €	9.000,00 €
Soporte 18	BILLBOARD / DESPLEGABLE	HOME +ROS	Ip And-Ros 5	CPM	**1.500.000**	6,00 €	9.000,00 €

Es copia auténtica de documento electrónico

	MOBILE						
Soporte 19	BILLBOARD DESPLEGABLE / MOBILE	HOME +ROS	Ip And-Ros 5	CPM	**1.500.000**	6,00 €	9.000,00 €
Soporte 20	BILLBOARD DESPLEGABLE / MOBILE	HOME +ROS	Ip And-Ros 5	CPM	**1.491.666**	6,00 €	8.950,00 €
TOTAL CAMPAÑA					34.491.666		250.000,00 €

- Lote 2. Radio Convencional

Soporte Radio Convencional	Ámbito	Horario	Día	Tarifa Cuña 30"	Dto.	Neto "	Nº Ins Total	Total Tarifa "	Total Neto "
							TOTALES		
SOPORTE 1									
PROGRAMA 1	Andalucía	07:00 - 11:00	L - V	8.000,00 €	92,50%	600,00 €	40	320.000,00 €	24.000,00 €
PROGRAMA 2	Andalucía	11:00 - 12:30	L - V	6.000,00 €	92,50%	450,00 €	40	240.000,00 €	18.000,00 €
PROGRAMA 3	Andalucía	14:00 - 15:00	L - V	5.000,00 €	92,50%	375,00 €	40	200.000,00 €	15.000,00 €
				120	**760.000,00 €**	**57.000,00 €**			
SOPORTE 2									
PROGRAMA 1	Andalucía	07:00 - 11:00	L - V	5.000,00 €	92,50%	375,00 €	40	200.000,00 €	15.000,00 €
PROGRAMA 2	Andalucía	11:00 - 12:30	L - V	5.000,00 €	92,50%	375,00 €	40	200.000,00 €	15.000,00 €
PROGRAMA 3	Andalucía	14:00 - 15:00	L - V	4.500,00 €	92,50%	337,50 €	40	180.000,00 €	13.500,00 €
				120	**580.000,00 €**	**43.500,00 €**			
SOPORTE 3									
PROGRAMA 1	Andalucía	07:00 - 11:00	L - V	4.500,00 €	92,50%	337,50 €	40	180.000,00 €	13.500,00 €
PROGRAMA 2	Andalucía	11:00 - 12:30	L - V	3.500,00 €	92,50%	262,50 €	40	140.000,00 €	10.500,00 €
PROGRAMA 3	Andalucía	14:00 - 15:00	L - V	3.500,00 €	92,50%	262,50 €	40	140.000,00 €	10.500,00 €
				120	**460.000,00 €**	**34.500,00 €**			
SOPORTE 4									
PROGRAMA 1	Sevilla	07:00 - 11:00	L - V	900,00 €	92,50%	67,50 €	40	36.000,00 €	2.700,00 €
PROGRAMA 2	Sevilla	11:00 - 12:30	L - V	850,00 €	92,50%	63,75 €	40	34.000,00 €	2.550,00 €
		80	**70.000,00 €**	**5.250,00 €**					
							Total	**1.870.000,00 €**	**140.250,00 €**
							Cuñas	**440**	

- Lote 2. Radio Fórmula

Es copia auténtica de documento electrónico

Soporte Radio Fórmula	Ámbito	Horario	Día	Cuña 30"	Dto.	Neto "		TOTALES Nº Ins Total	Total Tarifa "	Total Neto "
SOPORTE 1										
PROGRAMA 1	Andalucía	06:00 - 11:00	L-S	2.500,00 €	91,00%	225,00 €		35	87.500,00 €	7.875,00 €
PROGRAMA 2	Andalucía	11:00- 14:00	L-S	1.750,00 €	91,00%	157,50 €		35	61.250,00 €	5.512,50 €
					70	**148.750,00 €**	**13.387,50 €**			
SOPORTE 2										
PROGRAMA 1	Andalucía	06:00 - 11:00	L-S	2.000,00 €	91,00%	180,00 €		35	70.000,00 €	6.300,00 €
PROGRAMA 2	Andalucía	10:00 - 14:00	L-S	1.750,00 €	91,00%	157,50 €		35	61.250,00 €	5.512,50 €
					70	**131.250,00 €**	**11.812,50 €**			
SOPORTE 3										
PROGRAMA 1	Andalucía	07:00- 11:00	L-S	2.000,00 €	91,00%	180,00 €		30	60.000,00 €	5.400,00 €
PROGRAMA 2	Andalucía	07:00- 1:00	L-S	1.850,00 €	87,15%	237,73 €		30	55.500,00 €	7.131,75 €
					60	**115.500,00 €**	**12.531,75 €**			
SOPORTE 4										
PROGRAMA 1	Andalucía	06:00 - 11:00	L-S	1.100,00 €	91,00%	99,00 €		30	33.000,00 €	2.970,00 €
PROGRAMA 2	Andalucía	06:00 - 11:00	L-S	500,00 €	91,00%	45,00 €		30	15.000,00 €	1.350,00 €
								60	**48.000,00 €**	**4.320,00 €**
SOPORTE 5										
PROGRAMA 1	Andalucía	06:00 - 14:30	L-S	1.000,00 €	91,00%	90,00 €		30	30.000,00 €	2.700,00 €
PROGRAMA 2	Andalucía	14:30 - 24:00	L-S	503,12 €	88,50%	57,86 €		30	15.093,45 €	1.735,75 €
								60	**45.093,45 €**	**4.435,75 €**

Es copia auténtica de documento electrónico

					Total	488.593 ,45 €	46.487,50 €		
							Cuñas		320

- Lote 2. Radio Digital

SOPORTE	Formato	Medidas	Modelo de Compra	Impresiones Estimadas	CPM Tarifa	TOTAL BRUTO	DTO	CPM NETO	TOTAL NETO Imputable a esta Campaña
SOPORTE 1	RADIO AUDIO ON LINE	PODCATS	CPM	**1.000.000**	100,00 €	100.000,00 €	91,04%	8,96 €	8.960,00 €
SOPORTE 2	RADIO AUDIO ON LINE	PODCATS	CPM	**969.734**	95,00 €	92.124,73 €	91,04%	8,51 €	8.454,38 €
TOTAL CAMPAÑA				1.969.734					**17.414,38 €**

- Lote 2. Televisión

						TOTAL		
Soporte	**Ámbito**	**Horario**	**Día**	**SPOT 30"**	**Dto.**	**Neto 30"**	**Nº Ins**	**Total Neto 30"**
SOPORTE REGIONAL 1								
FRANJA	ANDALUCIA	Prime Time	L-D	5.000,00 €	91,50%	425,00 €	60	25.500,00 €
			60		**25.500,00 €**			
SOPORTE REGIONAL 2								
FRANJA	ANDALUCIA	Prime Time	L-D	3.700,00 €	91,50%	314,50 €	60	18.870,00 €
			60		**18.870,00 €**			
OTROS SOPORTES LOCALES								
SOPORTE 1	GRANADA	Prime Time	L-D	500,00 €	91,50%	42,50 €	60	2.550,00 €
SOPORTE 2	JAÉN	Prime Time	L-D	500,00 €	91,50%	42,50 €	60	2.550,00 €
SOPORTE 3	CADIZ	Prime Time	L-D	550,00 €	91,50%	46,75 €	60	2.805,00 €
SOPORTE 4	ALMERÍA	Prime Time	L-D	500,00 €	91,50%	42,50 €	60	2.550,00 €
SOPORTE 5	CÓRDOBA	Prime Time	L-D	550,00 €	91,50%	46,75 €	60	2.805,00 €
SOPORTE 6	SEVILLA	Prime Time	L-D	561,40 €	91,50%	47,72 €	60	2.863,12 €
SOPORTE 7	MÁLAGA	Prime Time	L-D	550,00 €	91,50%	46,75 €	60	2.805,00 €

Es copia auténtica de documento electrónico

SOPORTE 8	HUELVA	Prime Time	L-D	500,00 €	91,50%	42,50 €	60	2.550,00 €
							480	**21.478,12 €**
							600	**65.848,12 €**

- Resumen Económico Campañas Tipo C

RESUMEN	
Total L1	**250.000,00 €**
Digital	250.000,00 €
Total L2	**270.000,00 €**
Radio Convencional	140.250,00 €
Radio Fórmula	46.487,50 €
Podcasts	17.414,38 €
TV Local	65.848,12 €
Total L3	**0,00 €**
Exterior	0,00 €
Cine	0,00 €
Subtotal	**520.000,00 €**
Servicio de Agencia (7%)	36.400,00 €
Total	**556.400,00 €**
Iva No Incluido	

5) **Campañas Tipo D**: son campañas de ámbito más local y menor dimensión, con una duración estimada de entre 7 y 14 días.

Tanto el ámbito como la duración nos permiten optimizar los rasgos de la planificación, yendo en exclusiva a soportes locales y con una menor presión en el número de inserciones. El resultado es una campaña de un estimado de 270.000 €

- Lote 1. Prensa digital

Site	**Formato**	**Sección**	**Segmentación**	**Modelo de Compra**	**Impresiones Estimadas**	**CPM NETO**	**TOTAL NETO Imputable a esta Campaña**
Diarios Regionales/Locales							
Soporte 1	BILLBOARD DESPLEGABLE / MOBILE	HOME +ROS	Ip And-Ros 5	CPM	**2.000.000**	9,00 €	18.000,00 €
Soporte 2	BILLBOARD DESPLEGABLE / MOBILE	HOME +ROS	Ip And-Ros 5	CPM	**2.000.000**	8,85 €	17.700,00 €

Es copia auténtica de documento electrónico

Soporte 3	BILLBOARD DESPLEGABLE / MOBILE	HOME +ROS	Ip And-Ros 5	CPM	**2.000.000**	8,85 €	17.700,00 €
Soporte 4	BILLBOARD DESPLEGABLE / MOBILE	HOME +ROS	Ip And-Ros 5	CPM	**2.000.000**	8,85 €	17.700,00 €
Soporte 5	BILLBOARD DESPLEGABLE / MOBILE	HOME +ROS	Ip And-Ros 5	CPM	**2.000.000**	8,85 €	17.700,00 €
Soporte 6	BILLBOARD DESPLEGABLE / MOBILE	HOME +ROS	Ip And-Ros 5	CPM	**1.493.333**	7,50 €	11.200,00 €
TOTAL CAMPAÑA					11.493.333		100.000,00 €

- Lote 2. Radio convencional

Soporte Radio Convencional	Ámbito	Horario	Día	Tarifa Cuña 30"	Dto.	Neto "	Nº Ins Total	Total Tarifa "	Total Neto "
							TOTALES		
SOPORTE 1									
PROGRAMA 1	Andalucía	07:00 - 11:00	L - V	8.000,00 €	92,50%	600,00 €	40	320.000,00 €	24.000,00 €
PROGRAMA 2	Andalucía	11:00 - 12:30	L - V	6.000,00 €	92,50%	450,00 €	40	240.000,00 €	18.000,00 €
PROGRAMA 3	Andalucía	14:00 - 15:00	L - V	5.000,00 €	92,50%	375,00 €	40	200.000,00 €	15.000,00 €
				120	**760.000,00 €**	**57.000,00 €**			
SOPORTE 2									
PROGRAMA 1	Andalucía	07:00 - 11:00	L - V	5.000,00 €	92,50%	375,00 €	40	200.000,00 €	15.000,00 €
PROGRAMA 2	Andalucía	11:00 - 12:30	L - V	5.000,00 €	92,50%	375,00 €	40	200.000,00 €	15.000,00 €
PROGRAMA 3	Andalucía	14:00 - 15:00	L - V	4.500,00 €	92,50%	337,50 €	40	180.000,00 €	13.500,00 €
				120	**580.000,00 €**	**43.500,00 €**			
SOPORTE 3									
PROGRAMA 1	Andalucía	07:00 - 11:00	L - V	4.500,00 €	92,50%	337,50 €	30	135.000,00 €	10.125,00 €
PROGRAMA 2	Andalucía	11:00 - 12:30	L - V	3.500,00 €	92,50%	262,50 €	30	105.000,00 €	7.875,00 €
PROGRAMA 3	Andalucía	14:00 - 15:00	L - V	3.500,00 €	92,50%	262,50 €	30	105.000,00 €	7.875,00 €
				90	**345.000,00 €**	**25.875,00 €**			
SOPORTE 4									
PROGRAMA 1	Sevilla	07:00 - 11:00	L - V	900,00 €	92,50%	67,50 €		0,00 €	0,00 €
PROGRAMA 2	Sevilla	11:00 - 12:30	L - V	850,00 €	92,50%	63,75 €		0,00 €	0,00 €

Es copia auténtica de documento electrónico

0	0,00 €	0,00 €	

Total	1.685.000,00 €	126.375,00 €
Cuñas	330	

- Lote 2. Radio fórmula

Soporte Radio Fórmula	Ámbito	Horario	Día	Cuña 30"	Dto.	Neto "		TOTALES Nº Ins Total	Total Tarifa "	Total Neto "
SOPORTE 1										
PROGRAMA 1	Andalucía	06:00 - 11:00	L-S	2.500,00 €	91,00%	225,00 €		35	87.500,00 €	7.875,00 €
PROGRAMA 2	Andalucía	11:00-14:00	L-S	1.750,00 €	91,00%	157,50 €		35	61.250,00 €	5.512,50 €
					70	148.750,00 €	13.387,50 €			
SOPORTE 2										
PROGRAMA 1	Andalucía	06:00 - 11:00	L-S	2.000,00 €	91,00%	180,00 €		35	70.000,00 €	6.300,00 €
PROGRAMA 2	Andalucía	10:00 - 14:00	L-S	1.750,00 €	91,00%	157,50 €		35	61.250,00 €	5.512,50 €
					70	131.250,00 €	11.812,50 €			
SOPORTE 3										
PROGRAMA 1	Andalucía	07:00-11:00	L-S	2.000,00 €	91,00%	180,00 €		30	60.000,00 €	5.400,00 €
PROGRAMA 2	Andalucía	07:00-1:00	L-S	1.850,00 €	87,15%	237,73 €		28	51.800,00 €	6.656,30 €
					58	111.800,00 €	12.056,30 €			
					Total	391.800,00 €	37.256,30 €			
								Cuñas		198

- Lote 2. Televisión

Soporte	Ámbito	Horario	Día	SPOT 30"	Dto.	Neto 30"	TOTAL Nº Ins	Total Neto 30"
OTROS SOPORTES								

Es copia auténtica de documento electrónico

LOCALES								
SOPORTE 1	GRANADA	Prime Time	L-D	500,00 €	91,50%	42,50 €	50	2.125,00 €
SOPORTE 2	JAÉN	Prime Time	L-D	500,00 €	91,50%	42,50 €	50	2.125,00 €
SOPORTE 4	ALMERÍA	Prime Time	L-D	500,00 €	91,50%	42,50 €	50	2.125,00 €
							150	**6.375,00 €**

- Resumen Económico Campañas Tipo D

RESUMEN	
Total L1	**100.000,00 €**
Digital	100.000,00 €
Total L2	**170.006,30 €**
Radio Convencional	126.375,00 €
Radio Fórmula	37.256,30 €
Podcasts	0,00 €
TV Local	6.375,00 €
Total L3	**0,00 €**
Exterior	0,00 €
Cine	0,00 €
Subtotal	**270.006,31 €**
Servicio de Agencia (7%)	18.900,44 €
Total	**288.906,75 €**
Iva No Incluido	

Es copia auténtica de documento electrónico