MEMORIA COMPLEMENTARIA A LA DE 29 DE ENERO DE 2020 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 Memoria de fecha 29/01/2020 sobre la necesidad y oportunidad contratar el servicio 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, revisada la documentación del expediente a la luz de la solicitud de información/documentación realizada por la Intervención General (REF: FIS:FM/SF:CT/EMO), se aporta la presente memoria complementaria asumiendo determinados cambios y ampliando información sobre determinados aspectos del apdo. 6 de la Memoria inicial, relativa a la **DURACIÓN Y VALORACIÓN ECONÓMICA DEL GASTO**:

1. SOBRE LA DURACIÓN DEL CONTRATO Y POSIBILIDAD DE MODIFICACIÓN DEL MISMO.

Se acepta la observación realizada y se elimina "salvo que con anterioridad se agote el presupuesto de cada lote", según consta en el apartado 3, párrafos 4º y 5º de la solicitud de información. Se cambia así el punto 5.10 del Pliego de Prescripciones Técnicas y el punto 3 del ANEXO I del Pliego de Cláusulas Administrativas Particulares.

Asimismo, se modifica el apartado 13 (Posibilidad de modificación del contrato), donde se hace constar que "sí", y como segunda causa de modificación, conforme al artículo 204 de la LCSP:

"En el caso de que dentro de la vigencia del contrato, conforme a la DA33ª de la LCSP, las necesidades reales fuesen superiores a las estimadas inicialmente para todos o cada uno de los lotes, se tramitará la correspondiente modificación que podrá alcanzar hasta como máximo un 20% del precio inicial. La citada modificación deberá tramitarse antes de que se agote el presupuesto máximo inicialmente aprobado, reservándose a tal fin el crédito necesario para cubrir el importe máximo de las nuevas necesidades, y contendrá una memoria detallada y justificativa del incremento de las necesidades".

2. SOBRE LA VALORACIÓN ECONÓMICA DEL GASTO.

2.1 SOBRE LA PLANIFICACIÓN RAZONADA DE LAS NECESIDADES PROYECTADAS A CUBRIR DURANTE LA VIGENCIA DEL CONTRATO.

A la Dirección General de Comunicación Social le corresponde, de acuerdo con la Ley 10/2018, de 9 de octubre, Audiovisual de Andalucía, y con el artículo 11 del Decreto 99/2019 de 12 de febrero, por el que se establece la estructura orgánica de la Consejería de la Presidencia, Administración Pública e Interior,

una serie de atribuciones, entre las que se encuentra 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.

En este sentido, la planificación de la acción institucional pasa a describirse en el ANEXO a la presente Memoria, conforme a lo dispuesto en el artículo 3 de la Ley 6/2005, de 8 de abril, Reguladora de la Actividad Publicitaria de las Administraciones Públicas de Andalucía.

2.2 SOBRE LA ADECUACIÓN A MERCADO DEL PRESUPUESTO DE LICITACIÓN Y EL SISTEMA DE DETERMINACIÓN DEL PRECIO UNITARIO POR CAMPAÑA.

En relación con la justificación sobre los precios unitarios utilizados para estimar el presupuesto base de licitación y su adecuación a mercado, ha de indicarse que el fin de cualquier campaña de publicidad (sea de un anunciante privado, una Administración Pública, etc.) es lograr unos objetivos previamente definidos; bien sea aumentar la cartera de clientes, conseguir más seguidores en Internet o incrementar el número de ventas mediante una promoción. Esta es una de las razones por las que un presupuesto publicitario ha de ser diseñado con base en unos fines previos.

En el caso de un anunciante público, los objetivos suelen estar más encaminados hacia la concienciación o bien hacia la comunicación de nuevas medidas o relaciones de la ciudadanía con la Administración. Con la llegada de la tecnología digital se ofrece una manera distinta de hacer publicidad en la que los negocios pagan según resultados. Pero esto se complica cuando lo que se busca no es tanto un objetivo de ventas o de descargas, sino una sensibilización hacia un tema concreto.

En este caso, más si cabe, se necesita recabar mucha información alrededor de la campaña. Así, es importante establecer:

- Cuál será el público objetivo.
- Los retos y necesidades del anunciante.
- El formato de mensaje con el que lanzar la campaña.
- Los medios más efectivos para publicar los anuncios.
- Cantidad presupuestaria total a invertir.

Para este último punto, y debido a las especiales características de nuestras acciones de comunicación, se premiará siempre la mayor capacidad de impacto sobre el mayor número de personas posibles dentro del público objetivo. Expresado en lenguaje técnico, necesitamos generar los mayores porcentajes posibles de **cobertura** (número de individuos impactados por la campaña) y los mayores índices de **frecuencia** (número de veces de media que un individuo es impactado por la campaña).

En la actualidad vivimos una fragmentación enorme y creciente de las audiencias, lo que provoca que cada vez se hace más complicada la tarea de alcanzar altas cotas de cobertura poblacional. Además, la digitalización de todos los medios ha derribado fronteras geográficas, y el concepto de medio “local” o “regional” se difumina bastante respecto al pasado. Esto provoca que actualmente un ciudadano andaluz tenga a su disposición, por ejemplo, más de 50 propuestas periodísticas nativas digitales y una oferta que supera las 300 propuestas informativas; ello, evidentemente, sin contar con blogs, noticias locales ni portales corporativos.

A tal fin se acompaña ANEXO con desglose de campañas/acciones de comunicación previstas y así contempladas en el cálculo del valor del contrato, por tipo definido de campaña.

El valor estimado del contrato será de 25.785.123,97 Euros, y responde al importe máximo a ejecutar -se contempla una posible prórroga por un periodo máximo igual al inicial, y una posible modificación del contrato de hasta un máximo del 20% del precio- en inserciones publicitarias en dos años, incluyendo la comisión de agencia, habiéndose calculado según una previsión de campañas a ejecutar en el periodo de 12 meses tras la adjudicación, en prensa, medio exterior y cine, radio y televisión (por lote y ejercicio).

	2020				
	Compra espacios publicitarios	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 €

	2021				
	Compra espacios publicitarios	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 €

Para ello se han clasificado tales campañas en varios tipos según lote al que se imputan, cada uno con un importe estimado, conforme a requerimientos de frecuencia, cobertura etc establecidos según las distintas temáticas.

El precio orientativo que se emplea para los distintos tipos de campaña está basado en la experiencia de contrataciones previas, a precio de mercado según compras recientes con similar frecuencia, cobertura y demás requisitos contemplados para lograr una comunicación eficiente de los mensajes institucionales en acciones como las que difunde este Centro directivo. Para los cálculos del coste se contempla una comisión de agencia del 7,00%, recogiendo dicha comisión los costes indirectos, que quedan del lado del proveedor (ver ANEXO a la presente Memoria).

Asimismo, pasa a corregirse en el sentido arriba indicado el apartado 2 del ANEXO I del PCAP (Prespuesto Base de Licitación), fijándose como sistema de determinación del precio "unitario, por campaña" en lugar de "a tanto alzado".

2.3. SOBRE LA ADECUACIÓN DEL GASTO PLURIANUAL E INDICACIÓN DE LA PARTIDA PRESUPUESTARIA COMPLETA.

Sobre la imputación como gasto plurianual debe atenderse al ANEXO que acompaña a la presente Memoria y que detalla la ejecución prevista por año.

Se modifica el apartado Anualidades dentro del punto 2 del ANEXO I del Pliego de Cláusulas Administrativas Particulares, indicando la partida presupuestaria completa, esto es:

0100010000 G/52C/609.05/00 01

2.4. SOBRE LA FALTA DE PROYECTO DE ACUERDO DEL CONSEJO DE GOBIERNO.

Se acompaña.

LA DIRECTORA GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL.

ANEXO

Detalle de campañas/acciones de comunicación previstas durante la ejecución del contrato.

A continuación se relacionan las campañas/acciones de comunicación previstas y así contempladas en el cálculo del valor del contrato, por *tipo* definido de campaña e importe desglosado por lote, y con indicación del ejercicio en que se desarrollarán.

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

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 €

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 económicas 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 €

-Salud Responde

	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

	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 simplificación administrativa

	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 para autónomos

	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 €

-Plan de Vivienda

	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

	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 sensibilización sobre incendios forestales (INFOCA)

	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 Cultural

	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

	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 €

-8 de marzo, Día de la Mujer

	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 €

-Escolarización

	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.

	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.

Ejercicio 2020

	Inv. Medios	Serv. Ag.	Total Neto	IVA 21%	Total 2020
Campañas de Contenidos en Continuidad					
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 €
Campañas tipo A					
Lote 1	740.000,00 €	51.800,00 €	791.800,00 €	166.278,00 €	**958.078,00 €**
Lote 2	580.000,00 €	40.600,00 €	620.600,00 €	130.326,00 €	**750.926,00 €**
Lote 3	695.141,73 €	48.659,92 €	743.801,65 €	156.198,35 €	**900.000,00 €**
Total	**2.015.141,73 €**	141.059,92 €	2.156.201,65 €	452.802,35 €	2.609.004,00 €
Campañas tipo B					
Lote 1	1.056.000,00 €	73.920,00 €	1.129.920,00 €	237.283,20 €	**1.367.203,20 €**
Lote 2	900.000,00 €	63.000,00 €	963.000,00 €	202.230,00 €	**1.165.230,00 €**
Lote 3	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 €
Campañas tipo C					
Lote 1	750.000,00 €	52.500,00 €	802.500,00 €	168.525,00 €	**971.025,00 €**
Lote 2	810.000,00 €	56.700,00 €	866.700,00 €	182.007,00 €	**1.048.707,00 €**
Lote 3	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 €
Campañas tipo D					
Lote 1	200.683,66 €	14.047,86 €	214.731,52 €	45.093,62 €	**259.825,13 €**
Lote 2	337.369,93 €	23.615,90 €	360.985,83 €	75.807,02 €	**436.792,85 €**
Lote 3	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 €
TOTAL CONTRATO					
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	**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 €
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 €
Lote 1	320.000,00 €	22.400,00 €	342.400,00 €	71.904,00 €	**414.304,00 €**
Lote 2	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 €**
Total	**820.000,00 €**	57.400,00 €	877.400,00 €	184.254,00 €	1.061.654,00 €
Lote 1	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	**0,00 €**
Lote 2	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	**0,00 €**
Lote 3	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	**0,00 €**
Total	**0,00 €**	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Lote 1	73.184,40 €	5.122,91 €	78.307,31 €	16.444,53 €	**94.751,84 €**
Lote 2	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 €**
Total	**376.940,92 €**	26.385,86 €	403.326,78 €	84.698,62 €	488.025,41 €
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	308.951,89 €	21.626,63 €	330.578,52 €	69.421,49 €	**400.000,01 €**
Total	**3.089.518,81 €**	216.266,32 €	3.305.785,12 €	694.214,88 €	4.000.000,00 €