INFORME SOBRE LAS RESPUESTAS RECIBIDAS A LA CONSULTA PRELIMINAR DE MERCADO PARA LA CONTRATACIÓN DE LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS DE CREATIVIDAD, DISEÑO Y PRODUCCIÓN DE LA CAMPAÑA DE PUBLICIDAD DE LA NUEVA MARCA DE PROMOCIÓN AGROALIMENTARIA Y PESQUERA 'GUSTO DEL SUR'.

1. OBJETO

Este informe se emite como resultado del análisis de las respuestas recibidas a la Consulta Preliminar del Mercado publicada en la Plataforma de Contratación de la Junta de Andalucia el pasado 11 de diciembre de 2020 con la finalidad de informar sobre los costes que se generan a la hora de realizar la creatividad, diseño y producción de una campaña publicitaria de una nueva marca a nivel regional así como el servicio de consultoría general y coordinación para su difusión en diferentes medios y soportes y en función de las respuestas que emitan los operadores activos en el mercado, adecuar los pliegos a una realidad mas actualizada y ajustada a la realidad del mercado.

El objetivo de la consulta es saber:

- Coste total estimado del servicio objeto de la consulta

- Detalle pormenorizado de la estructura de costes estimada que soporta el servicio demandado en los siguientes términos:

  - Costes directos derivados de la ejecución de los trabajos que forman parte del servicio objeto de la consulta.
  - Costes indirectos imputables a los gastos generales de estructuras.
  - Beneficio industrial.

- Determinación de los costes de personal, si los hubiera, desagregados por perfiles y categoría profesional, con indicación de los convenios colectivos aplicables.

2. DESCRIPCIÓN Y CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS DEL SERVICIO

2.1. Desarrollo de la estrategia creativa de la campaña: Creación del concepto creativo, claim

Una única línea creativa que se adecúe al público objetivo, objetivos, tono y estilo que se definan para esta campaña.
La propuesta creativa deberá ser adaptable de manera eficaz a los nuevos soportes y herramientas tecnológicas a disposición del usuario, tanto en lo que respecta a sitios de Internet como a redes sociales.
Las imágenes usadas para la campaña deben ser originales, exclusivamente creadas, grabadas y fotografiadas para esta campaña, sin que pueda abusarse de imágenes pregrabadas.

FIRMADO POR	GENMA-MARIA ENRIQUEZ SAN-NICOLAS	23/12/2020	PÁGINA 1/6
	INMACULADA CONCEPCION GONZALEZ GONZALEZ		
VERIFICACIÓN	64oxu7110WCWADKcdxF95AUDU9DGvC	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	

2.2. Piezas creativas

Producción de las siguientes piezas de acuerdo a las indicaciones que se detallan a continuación:

- **Prensa:** Creatividad, diseño y arte final de un total de 6 originales, uno con la imagen genérica de campaña y cinco versiones centradas en los productos agroalimentarios que indique la Agencia.

Cada original adaptado para prensa impresa y prensa digital, como mínimo, a los siguientes formatos:

Para prensa impresa:
Página
Media página
Para prensa digital:
Banner estático en formato vertical
Banner dinámico en formato vertical
Banner estático en formato horizontal
Banner dinámico en formato horizontal

- **Radio:** Creatividad, dirección técnica y producción de:

  - 2 cuñas genéricas de 20”
  - 2 cuñas genéricas de 30”

- **On-line:** Creatividad y diseño de un desarrollo digital que mantenga viva la campaña, icluyendo formatos estáticos y dinámicos cuyos recursos tecnológicos estén adaptados a las últimas tendencias Rich Media.
Contemplar 6 creatividades, una con la imagen genérica de campaña y cinco versiones centradas en los productos agroalimentarios que indique la AGAPA.

- **Exterior:** Creatividad, diseño y arte final de un total de 6 originales, uno con la imagen genérica de campaña y cinco versiones centradas en los productos agroalimentarios que indique la AGAPA.

Cada original debe ser adaptado, como mínimo, a los siguientes soportes:

  - Lona gran formato vertical
  - Lona gran formato horizontal
  - MUPIS

- **Piezas audiovisuales:** Creatividad, dirección técnica y producción de:

  - Spot genérico de 30”
  - Spot genérico de 45”
  - Spot genérico de 60”

- 5 spots de 20” sobre 5 productos agroalimentarios que serán indicados por AGAPA

- En esta partida se incluyen todos los derechos nacionales e internacionales y permisos necesarios para la realización y utilización de las diferentes piezas creativas (música, imagen, modelos, copyright, localizaciones, rodajes...), durante dos años a contar a partir del lanzamiento de la campaña.

- Todos los masters y artes finales de la campaña serán realizados en la más alta calidad y formatos aplicando las últimas tecnologías disponibles en el mercado.

2.3. Microsite

- Diseño y creación de página promocional con la imagen de campaña en la que se publicará de forma amigable contenido relevante sobre la marca ‘gusto del Sur’ y los productos agroalimentarios y pesqueros andaluces y que redireccionará al usuario a contenidos concretos de la web de la Consejería de Agricultura, Ganadería, Pesca y Desarrollo Rural.

- Esta landing page funcionará como plataforma matriz de la campaña de publicidad, de forma que todas las piezas creativas y especialmente las destinadas al medio online dirigirán a ella.
  Se incluye diseño responsive, Consultoría UI/UX, arquitectura web, servicio de actualización, gestión de contenidos y soporte técnico del microsite desde la fecha de la firma del contrato hasta diciembre de 2021.

  La empresa adjudicataria deberá realizar las tareas de actualización y mantenimiento de la web y garantizar un servicio completo de asistencia en contenidos, consultoría y resolución de incidencias técnicas, incluyendo la contratación/renovación del alojamiento web y dominios.

2.4. Manual de imagen de la campaña

Manual que defina los elementos esenciales de la imagen de campaña para dotar de coherencia gráfica a todas las aplicaciones.

2.5. Post-test de campaña

A la conclusión de la campaña de lanzamiento se realizará un post-test cuantitativo/cualitativo.

2.6. Consultoría general

Consultoría y coordinación de todos los trabajos que tengan que ver con la ejecución de la campaña u otras acciones de comunicación que pudieran surgir a lo largo del periodo de vigencia del contrato.

2.7. Acto de presentación de la campaña

Diseño del acto de presentación de la campaña, no así la ejecución de la propuesta, cuyo coste queda fuera de la presente consulta.

3. PROCEDIMIENTO

La realización de la Consulta Preliminar de Mercado se produjo en las siguientes fases:

1. Publicación de la resolución de convocatoria de la CPM en la Plataforma de Contratación del Sector Público el 11 de diciembre de 2020.
2. Finalización del plazo de recepción de solicitudes el 17 de diciembre de 2020.
3. Análisis de las propuestas.
4. Aclaración de soluciones presentadas, en los casos en que se estimó necesario (solicitando información adicional).
5. Conclusiones obtenidas para la redacción de la posible licitación sobre creatividad y diseño campaña publicitaria de la nueva marca "gusto del Sur".

4. EQUIPOS Y ENTIDADES PARTICIPANTES

La consulta se ha llevado a cabo de forma abierta, con el objeto de recabar información de los operadores económicos o cualquier tercero, persona física o jurídica, con conocimiento acreditado en materia de marketing y publicidad.

El personal de AGAPA que ha participado es:

- Sara Romero Amat: (Técnica del departamento de Comunicación)
- Mª Angeles Cruz Carrasco (Técnica del departamento de Comunicación)
- Inmaculada González González (Jefa del departamento de Comunicación)
- Gema Rubio Estrada (Técnica del departamento de Comunicación)

Las operadores activos en el mercado que han colaborado respondiendo a los cuestionarios han sido:

Fecha	**Nombre o Razón social**
17/12/2020	FAMILYDIFERENT S.L.
17/12/2020	INNN 360 S.L.
17/12/2020	EL CUARTEL CREATIVO S.L.

5. ANALISIS DE LAS PROPUESTAS

De los tres participantes en las consultas, tres han aportado todos los datos totales o parciales sobre la estructura de coste.

CREATIVIDAD, DISEÑO Y PRODUCCIÓN DE LA CAMPAÑA DE PUBLICIDAD DE LA NUEVA MARCA DE PROMOCIÓN AGROALIMENTARIA Y PESQUERA 'GUSTO DEL SUR'	**FAMILY DIFERENT**	**INNN 360**	**EL CUARTEL CREATIVO**	**Media**
Precio estimado en euros (excluido IVA)	111.175,11 €	190,320,00€	152.472,00€	151.322,37€
IVA (en euros)	23.346,77€	39.967,26€	32.019,12€	31.777,70€
Precio total estimado en euros (IVA incluido)	134.521,88€	230.287,57€	184.491,12€	183.100,07€

CONCEPTOS	**Media**
COSTES DIRECTOS ESTIMADOS	***121.537,78 €***
Recursos Humanos	*33.686,02 €*
Producción (grafica y audiovisual)	*87.851,76 €*
COSTE INDIRECTOS ESTIMADOS	***13.781,97 €***
Gastos generales	*13.781, 97 €*
OTROS EVENTUALES GASTOS CALCULADOS PARA SU DETERMINACIÓN: BENEFICIO INDUSTRIAL	***16.002,62 €***
Estimación Bº Industrial (%)	*16.002,62 €*
IMPORTE B.I.	***151.322,37 €***
IVA (%)	***31.777,70 €***

5. CONCLUSIÓN

Si tomamos en consideración el promedio de las partidas económicas de las tres empresas que han remitido información, por la necesidad de contención del gasto público en el contexto de la crisis económica en la que nos encontramos inmersos, el precio de mercado medio para los servicios descritos es de **151.322,37 €, CIENTO CINCUENTA Y UN MIL TRESCIENTOS VEINTIDÓS EUROS CON TREINTA Y SIETE CÉNTIMOS (IVA excluido).**

LA JEFA DEL DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN

Fdo.: Inmaculada González González

LA JEFA DEL SERVICIO DE CALIDAD, PROMOCIÓN Y DESARROLLO RURAL

Fdo.: Gemma Enríquez San Nicolás