

MEMORIA JUSTIFICATIVA SOBRE LA NECESIDAD Y OPORTUNIDAD DE CONTRATAR EL SERVICIO CUYO OBJETO ES LA PLANIFICACIÓN DE MEDIOS, EJECUCIÓN DE LOS PLANES DE MEDIOS Y COMPRA DE ESPACIOS EN SOPORTES PUBLICITARIOS PARA LAS ACCIONES DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL DE LA CONSEJERÍA DE AGRICULTURA, PESCA, AGUA Y DESARROLLO RURAL (CONTR 2024/114790)

1.- ANTECEDENTES Y FUNDAMENTOS QUE JUSTIFICAN LA ACTUACIÓN

La anteriormente denominada Consejería de Agricultura, Ganadería, Pesca y Desarrollo Sostenible de la Junta de Andalucía ha venido desarrollando anualmente distintas campañas de publicidad institucional y actuaciones de comunicación social mediante las cuales se da a conocer a la ciudadanía las actuaciones más significativas llevadas a cabo por los distintos centros directivos en el ámbito de sus competencias específicas. Todas estas actuaciones se concretan en acciones de comunicación institucional cuya finalidad es la información, la divulgación o la publicidad, o bien en campañas informativas, edición de catálogos, folletos u otros medios de divulgación, incluidos los de diseño de las ideas creativas.

En relación con lo anterior, y tras su adjudicación por procedimiento abierto, en fecha 8 de febrero de 2021 se formalizó un contrato de prestación de servicios (con 3 lotes) denominado “PLANIFICACIÓN Y COMPRA DE ESPACIOS PUBLICITARIOS EN Prensa, RADIO Y TELEVISIÓN PARA LA DIFUSIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE LA CONSEJERÍA DE AGRICULTURA, GANADERÍA, PESCA Y DESARROLLO SOSTENIBLE” (CONTR 2020/470610) por importe total de 311.430,40€ (lote 1), 352.270,08€ (lote2) y 201.067,52€ (lote 3) IVA incluido. En virtud de lo establecido en las cláusulas del mismo el plazo de ejecución se establecía en 12 meses, prorrogables por igual período, motivo por el cual dicho plazo de ejecución total expiró el pasado 7 de febrero de 2023.

Por otro lado, tras la publicación del Decreto del Presidente 10/2022, de 25 de julio, sobre reestructuración de Consejerías y, posteriormente, del Decreto 157/2022, de 9 de agosto, por el que se establece la estructura orgánica de la Consejería de Agricultura, Pesca, Agua y Desarrollo Rural (en adelante, la Consejería), se atribuye a su Secretaría General Técnica la “... la coordinación de actuaciones en materia de divulgación, [...] y la coordinación de la publicidad institucional y de la imagen corporativa de la Consejería [...]”.

Así pues, dada la necesidad de proseguir con las actuaciones objeto del anterior contrato una vez éste ha finalizado, y teniendo en cuenta los plazos que la tramitación de un nuevo expediente de contratación de estas características conlleva, desde esa Secretaría General Técnica se considera de interés solicitar el inicio del correspondiente procedimiento de contratación con el fin de dotar de continuidad a los servicios que se vienen prestando, adecuándose asimismo al cambiante mercado de la publicidad y a los nuevos soportes publicitarios.

2.- OBJETO DEL CONTRATO Y CÓDIGO CPV

El objeto del presente contrato es la planificación estratégica y compra de espacios publicitarios en los diferentes soportes de los medios de comunicación de prensa digital e impresa, radio y televisión, en soportes

C/Tabladilla, s/n
41013 - Sevilla
Tlf.- 955032273
Email: sgt.capadr@juntadeandalucia.es



MONICA ESPAÑA NAVARRO		22/02/2024 11:31:14	PÁGINA: 1 / 61
VERIFICACIÓN	NJyGw29QT22AOIho4QVond7qIinPp3	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



Junta de Andalucía

de publicidad exterior y cine, en espacios publicitarios en redes sociales, así como la ejecución y seguimiento de las acciones de comunicación institucional y de las campañas informativas y divulgativas que la Consejería quiera llevar a cabo en tales medios en relación con las materias de las competencias que tiene atribuidas.

El objeto comprende por tanto la gestión de las acciones transversales de comunicación institucional de la Junta de Andalucía en dichos soportes publicitarios y medios de comunicación, a excepción de los correspondientes a los procesos electorales. No se incluyen en el objeto del contrato trabajos de creatividad.

Las campañas y acciones de comunicación institucional se desarrollarán, con carácter general, en el ámbito de la Comunidad Autónoma de Andalucía sin perjuicio de que, en función del contenido de las mismas y de sus objetivos de comunicación, desde la Consejería pueda establecerse un ámbito nacional, comarcal o local a determinadas acciones de comunicación.

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

El Código CPV del contrato es el 79341000-6 (Servicios de publicidad).

3.- INSUFICIENCIA DE MEDIOS

Este centro directivo carece de los medios personales y materiales necesarios para la ejecución de los trabajos a realizar los cuáles requieren, dada la naturaleza de dichas tareas, de una empresa especializada en la planificación de medios, compra de espacios publicitarios en los diferentes soportes y evaluación de resultados, que conlleva una infraestructura y un conocimiento técnico de la cual se carece, siendo necesario licitar el servicio a través de la presente contratación.

A los efectos de conseguir los resultados pretendidos y ante la insuficiencia de medios humanos y su falta de especialización, los servicios que son objeto de la presente licitación solo pueden prestarse por empresas que reúnan las características técnicas especificadas en el Pliego de Prescripciones Técnicas por lo que desde el punto de vista de la eficacia y eficiencia del gasto público se justifica la idoneidad del modelo propuesto.

4.- PROCEDIMIENTO DE LICITACIÓN Y JUSTIFICACIÓN DE LA DIVISIÓN EN LOTES

De conformidad con lo previsto en el artículo 131.2 de la ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público, por la que se transponen al ordenamiento jurídico español las Directivas del Parlamento Europeo y del Consejo 2014/23/UE y 2014/24/UE, de 26 de febrero de 2014 (en adelante, LCSP), el procedimiento de adjudicación será el abierto, utilizando una pluralidad de criterios de adjudicación basados en el principio de mejor relación calidad-precio.

Al superar su valor estimado el umbral fijado por la citada LCSP en su artículo 22.1.b), este contrato está sujeto a regulación armonizada.

La elección de dicho procedimiento tiene la intención de garantizar la libre concurrencia y la transparencia de forma que se facilite la presentación de ofertas a todas las empresas que cumplan los requisitos de solvencia

C/Tabladilla, s/n
41013 - Sevilla
Tlf.- 955032273
Email: sgt.capadr@juntadeandalucia.es



MONICA ESPAÑA NAVARRO		22/02/2024 11:31:14	PÁGINA: 2 / 61
VERIFICACIÓN	NJyGw29QT22AOlho4QVond7qlinPp3	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



Junta de Andalucía

técnica y económica, excluyendo toda negociación de los términos del contrato con las personas o entidades licitadoras.

Habida cuenta de la necesaria especialización de las empresas involucradas en el presente contrato debido a la diversidad de los medios publicitarios implicados (emisoras de radiodifusión, canales de televisión, medios online, publicidad exterior, redes sociales, etc.) se ha optado por la división de la contratación en lotes, siendo éstos los siguientes:

- **Lote 1:** Soportes publicitarios de medios de comunicación (**Prensa, radio y televisión**)
- **Lote 2:** Soportes publicitarios de medios de comunicación (**Exterior y cine**)
- **Lote 3:** Soportes publicitarios de medios de comunicación (**Redes sociales**)

En base a lo anterior y conforme al tenor literal de lo dispuesto en el artículo 99.3 de la referida LCSP: *“Siempre que la naturaleza o el objeto del contrato lo permitan, deberá preverse la realización independiente de cada una de sus partes mediante su división en lotes”*, procede el fraccionamiento del objeto del contrato mediante la realización independiente de cada uno de los tres lotes indicados. Estos lotes son susceptibles de utilización separada al constituir servicios respecto de los cuales se pretende buscar la empresa más adecuada para cada uno de dichos ámbitos, comprendiendo la totalidad de ellos la comunicación a realizar por la Consejería.

Dada la evolución de los medios de comunicación hacia la integración de diversos soportes publicitarios tales como páginas web, emisoras de radiodifusión, podcasts, canales de televisión, contenidos audiovisuales incrustados en páginas webs, plataformas de contenidos audiovisuales a la carta, etc., se ha optado por agrupar en el **Lote 1** a todos los soportes publicitarios de los diferentes medios de comunicación de prensa digital y escrita, radio y televisión. De otra parte se agrupan en el **Lote 2** los soportes de publicidad exterior y la publicidad en el cine. Finalmente, en el **Lote 3** se agrupan las actuaciones vinculadas a redes sociales.

A efectos de alcanzar la máxima eficacia, las empresas que resulten adjudicatarias deberán atenerse a los criterios técnicos reflejados en el PPTP para cada uno de los lotes en lo relativo a la planificación de medios de comunicación y soportes publicitarios, de acuerdo con los objetivos y grupos de población destinatarios de la acción, el carácter territorial y la difusión de cada medio, y dentro de las limitaciones económicas fijadas.

5.- RESPONSABLE DEL CONTRATO

Se propone como responsable del contrato a la Jefa de Gabinete de Comunicación de esta Consejería, D^a Mónica España Navarro, a la que corresponderá supervisar su ejecución y adoptar las decisiones y dictar las instrucciones necesarias con el fin de asegurar la correcta realización de la prestación pactada.

6.- DURACIÓN DEL CONTRATO

El plazo de ejecución del contrato será de 18 meses a contar desde su formalización pudiendo prorrogarse, por mutuo acuerdo de las partes, por un plazo máximo igual a 12 meses. En todo caso el plazo de duración del contrato y sus prórrogas se ajustarán a lo establecido en el artículo 29 de la LCSP.

C/Tabladilla, s/n
41013 - Sevilla
Tlf.- 955032273
Email: sgt.capadr@juntadeandalucia.es



MONICA ESPAÑA NAVARRO		22/02/2024 11:31:14	PÁGINA: 3 / 61
VERIFICACIÓN	NJyGw29QT22AOIho4QVond7qlinPp3	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	

7.- CAPACIDAD Y SOLVENCIA DE LA PERSONA LICITADORA PARA CONTRATAR

Los requisitos de capacidad y solvencia que se relacionan a continuación deberán concurrir a la fecha de conclusión del plazo de presentación de proposiciones y subsistir en el momento del perfeccionamiento del contrato.

A tales efectos y por lo que a la **CAPACIDAD** respecta:

- No se exige habilitación empresarial o profesional
- CLASIFICACIÓN
 - **Grupo o subgrupo de clasificación y categoría de clasificación del contrato:**

	Grupo	Subgrupo	Categoría
LOTE 1	T	1	5
LOTE 2	T	1	2
LOTE 3	T	1	2

Respecto a la **SOLVENCIA**:

- **SOLVENCIA ECONÓMICA Y FINANCIERA.**- se establecen los siguientes criterios y medios alternativos para acreditarla:
 - **Volumen anual de negocios** de la persona licitadora que referido al mejor ejercicio dentro de los tres últimos disponibles en función de las fechas de constitución o de inicio de actividades de la persona licitadora y de presentación de ofertas por importe mínimo de: 1.851.239,68 euros.

N.º LOTE	VOLUMEN ANUAL NEGOCIOS (euros)
1	1.480.991,74 €
2	185.123,97 €
3	185.123,97 €

El volumen anual de negocios de la persona licitadora se acreditará por medio de sus cuentas anuales aprobadas y depositadas en el Registro Mercantil, si la persona licitadora estuviera inscrita en dicho registro, y en caso contrario por las depositadas en el registro oficial en que deba estar inscrita. Las personas licitadoras individuales no inscritas en el Registro Mercantil acreditarán su volumen anual de negocios mediante sus libros de inventarios y cuentas anuales legalizados por el Registro Mercantil. La acreditación podrá igualmente realizarse mediante un «certificado de importe neto de la cifra de negocios» expedido por la AEAT o con la aportación del resumen de la declaración del IVA presentada a Hacienda (modelo 390).



- **El patrimonio neto** según el balance correspondiente al último ejercicio económico de las cuentas anuales aprobadas deberá superar :

N.º LOTE	PATRIMONIO NETO (euros)
1	158.677,69 €
2	19.834,71 €
3	19.834,71 €

Se acreditará por medio de sus cuentas anuales aprobadas y depositadas en el Registro Mercantil, si la persona licitadora estuviera inscrita en dicho registro, y en caso contrario por las depositadas en el registro oficial en que deba estar inscrita. Las personas licitadoras individuales no inscritas en el Registro Mercantil acreditarán su volumen anual de negocios mediante sus libros de inventarios y cuentas anuales legalizados por el Registro Mercantil.

- **SOLVENCIA TÉCNICA O PROFESIONAL.**- se establecen los siguientes criterios y medios acumulativos para acreditarla:
Periodo para tener en consideración los servicios realizados a efectos de justificar la solvencia técnica: 3 últimos años.
- **Relación de los principales servicios realizados de igual o similar naturaleza** que los que constituyen el objeto del contrato, en la que se indique el importe, la fecha y el destinatario público o privado de los mismos.

Los servicios efectuados se acreditarán mediante certificados expedidos o visados por el órgano competente de los mismos cuando la destinataria sea una entidad del sector público; cuando la destinataria sea una compradora privada, mediante un certificado expedido por ésta o, a falta de este certificado, mediante una declaración de la persona licitadora.

Se exige que el importe anual acumulado sin incluir impuestos en el año de mayor ejecución sea igual o superior al 70,00% de su anualidad media (IVA no incluido), en servicios de igual o similar naturaleza que los que constituyen el objeto del contrato:

N.º LOTE	IMPORTE ANUAL MÍNIMO (euros)
1	370.247,93 €
2	46.280,99 €
3	46.280,99 €

Sistema para determinar que un trabajo o servicio es de igual o similar naturaleza al que constituye el objeto del contrato: tres primeros dígitos del CPV.



- **Indicación del personal técnico o de las unidades técnicas**, integradas o no en la empresa, participantes en el contrato, especialmente aquellas personas encargadas del control de calidad.

Se exige un equipo de personal técnico participante en el contrato que reúna como mínimo las siguientes condiciones:

- Número mínimo de miembros integrantes del equipo:

LOTE 1

- a) Un Director de Cuentas, con un mínimo de 3 años de experiencia en organización y dirección de equipos, elaboración de estrategias de comunicación en medios y gestión de plazos y presupuestos.
- b) Un Jefe de Planificación, con un mínimo de 3 años de experiencia en la gestión de equipos y proyectos de comunicación y compra de medios.
- c) Un planificador de medios ON, con un mínimo de 3 años de experiencia en creación, optimización y gestión de acciones y campañas online.
- d) Un planificador de medios OFF, con un mínimo de 3 años de experiencia en creación, optimización y gestión de acciones y campañas offline.
- e) Un responsable de compra/seguimiento de campañas, con un mínimo de 3 años de experiencia en la optimización de KPIs de campaña y gestión de cuadros de mando para proyectos de compra de medios.
- f) Un responsable de Administración/Facturación, con un mínimo de 3 años de experiencia en la gestión de facturación electrónica con la Administración Pública.

LOTE 2

- a) Un Director de Cuentas, con un mínimo de 3 años de experiencia en organización y dirección de equipos, elaboración de estrategias de comunicación en medios y gestión de plazos y presupuestos.
- b) Un Jefe de Planificación, con un mínimo de 3 años de experiencia en la gestión de equipos y proyectos de comunicación y compra de medios en el medio exterior.

LOTE 3

- a) Un Director de Cuentas, con un mínimo de 3 años de experiencia en organización y dirección de equipos, elaboración de estrategias de comunicación en redes y gestión de plazos y presupuestos.
- b) Un Ejecutivo de Cuentas, con un mínimo de 3 años de experiencia en la gestión de equipos y proyectos de comunicación y paid media.
- c) Un Planificador/Estratega en RRSS, con un mínimo de 3 años de experiencia en creación, optimización y gestión de acciones y campañas de paid media.
- d) Un Gestor/Optimizador de campañas, con un mínimo de 3 años de experiencia en la optimización de KPIs de campaña, gestión de business centers de las diversas redes sociales y gestión de cuadros de mando para proyectos de paid media.

C/Tabladilla, s/n
41013 - Sevilla
Tlf.- 955032273
Email: sgt.capadr@juntadeandalucia.es



MONICA ESPAÑA NAVARRO		22/02/2024 11:31:14	PÁGINA: 6 / 61
VERIFICACIÓN	NJyGw29QT22AOIho4QVond7qlinPp3	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	

Para la acreditación de este requisito, las personas integrantes del equipo responsable de la ejecución del contrato aportarán, a tal efecto, curriculum vitae debidamente firmado por ellos, con detalle de las empresas que las emplearon, puesto y periodo en que estuvieron empleadas.

■ Formación de los miembros del equipo mínimo:

Además de la experiencia acumulada por los miembros del equipo descritas en el punto anterior, éstos deberán contar con formación ajustada al Marco Español de Cualificaciones para la Educación Superior (MECES), en cualquiera de sus 4 niveles:

1. Nivel 1: Técnico Superior.
2. Nivel 2: Grado.
3. Nivel 3: Máster.
4. Nivel 4: Doctor.

<https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2011-13317>

Los niveles educativos en cada uno de los miembros de los equipos mínimos serán los siguientes:

Lote 1

- a) Director de Cuentas. Niveles 2 al 4.
- b) Jefe de Planificación. Niveles 2 al 4.
- c) Planificador de medios ON. Niveles 1 al 4.
- d) Planificador de medios OFF. Niveles 1 al 4.
- e) Responsable de compra/seguimiento de campañas. Niveles 1 al 4.
- f) Responsable de Administración/Facturación. Niveles 1 al 4.

Lote 2

- a) Director de Cuentas. Niveles 2 al 4.
- b) Jefe de Planificación. Niveles 2 al 4.

Lote 3

- a) Director de Cuentas. Niveles 2 al 4.
- b) Ejecutivo de Cuentas. Niveles 1 al 4.
- c) Planificador/Estratega en RRSS. Niveles 1 al 4.
- d) Gestor/Optimizador de campañas. Niveles 1 al 4.

Para la acreditación de este requisito, las titulaciones académicas y profesionales se aportarán mediante original o fotocopia compulsada de los citados títulos. Se aportará la documentación relativa a las personas exigidas como cumplimiento de la solvencia técnica y a las que, en su caso, se hubieran ofrecido como equipo de trabajo adicional puntuado como criterio de adjudicación.

Se advierte que cualquier cambio de las personas integrantes del equipo responsable de la ejecución del contrato deberá ser comunicado a la persona responsable del contrato, para que pueda ser verificado que los nuevos miembros del equipo cumplen con los requisitos descritos en la solvencia técnica, y cumplen, en su caso, el perfil adicional puntuado como criterio de adjudicación.

C/Tabladilla, s/n
41013 - Sevilla
Tlf.- 955032273
Email: sgt.capadr@juntadeandalucia.es

MONICA ESPAÑA NAVARRO		22/02/2024 11:31:14	PÁGINA: 7 / 61
VERIFICACIÓN	NJyGw29QT22AOIho4QVond7qlinPp3	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



8.- GARANTÍAS

Para la presente licitación se establece una **garantía definitiva**, fijada en el 5% del presupuesto base de licitación (IVA excluido).

9.- CRITERIOS DE ADJUDICACIÓN

Criterios de adjudicación valorados mediante la aplicación de fórmulas (100 puntos)

LOTE 1

1. Proposición económica (hasta 88 puntos)

Se valorará con **88 puntos** las condiciones de la oferta económica en relación con los trabajos que constituyen el objeto y contenido del contrato.

Advertencia: los DESCUENTOS SOBRE TARIFA OFICIAL (%) ofertados deberán ser un valor igual o superior a cero (0) e inferior a cien (100), con dos decimales. En el caso de que en alguno de los DESCUENTOS SOBRE TARIFA OFICIAL (%) se oferte un valor igual o superior a cien (100), se tomará como valor máximo admisible el valor de 99,99.

La no inclusión en la oferta de uno o más de los DESCUENTOS SOBRE TARIFA OFICIAL (%) a los que se hace referencia en este apartado, conllevará a la no valoración de la puntuación que tuviera asignada el correspondiente soporte.

- A.** IP Nacional. Soportes líderes según medidores de audiencia. Se valorará con 9 puntos, distribuidos de la siguiente manera:

SOPORTE Prensa Digital: IP NACIONAL	DESCUENTO SOBRE TARIFA OFICIAL (%)	PUNTUACIÓN MÁXIMA (PM)
20 Minutos		0,64
El Confidencial		0,64
El Debate		0,25
El Economista		0,25
El Español		0,64
Eldiario.es		0,64
Europa Press		0,55
Grupo Prisa (El País)		0,64
Grupo Prisa (Resto de cabeceras excepto El País)		0,25
La Razón		0,55
La Vanguardia		0,55
Libertad Digital		0,23
Ok Diario		0,64
Prensa Ibérica (Resto de cabeceras excepto Córdoba y La Opinión de Málaga)		0,25
The Objective		0,25

C/Tabladilla, s/n
41013 - Sevilla
Tlf.- 955032273
Email: sgt.capadr@juntadeandalucia.es

MONICA ESPAÑA NAVARRO		22/02/2024 11:31:14	PÁGINA: 8 / 61
VERIFICACIÓN	NJyGw29QT22AOIho4QVond7qlinPp3	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



SOPORTE PRENSA DIGITAL: IP NACIONAL	DESCUENTO SOBRE TARIFA OFICIAL (%)	PUNTUACIÓN MÁXIMA (PM)
Unidad Editorial (El Mundo)		0,64
Unidad Editorial (Resto de cabeceras excepto El Mundo)		0,25
Vocento (ABC)		0,64
Vocento (Resto de cabeceras excepto ABC, Ideal, Sur y La Voz de Cádiz)		0,25
Voz Populi		0,25

B. Otros soportes no recogidos en el punto anterior. Se valorará con 0,5 puntos, distribuidos de la siguiente manera:

SOPORTE PRENSA DIGITAL: IP NACIONAL	DESCUENTO SOBRE TARIFA OFICIAL (%)	PUNTUACIÓN MÁXIMA (PM)
Otros Soportes		0,50

C. IP Regional (Andalucía)/Local. Soportes líderes regionales y locales según medidores de audiencia. Se valorará con 27 puntos, distribuidos de la siguiente manera:

SOPORTE PRENSA DIGITAL: IP ANDALUCÍA/LOCAL	DESCUENTO SOBRE TARIFA OFICIAL (%)	PUNTUACIÓN MÁXIMA (PM)
20 Minutos		1,05
Diario Jaén		0,90
El Confidencial		1,05
El Debate		0,65
El Economista		0,70
El Español		1,05
El Mira		0,60
Eldiario.es		1,05
Europa Press		0,90
Grupo Joly		1,05
Grupo Prisa (El País)		1,05
Grupo Prisa (Resto de la red digital de cabeceras)		0,88
La Razón		0,90
La Vanguardia		0,88
La Voz de Almería		0,90
Libertad Digital		0,90
Ok Diario		1,05
Prensa Ibérica (Diario de Córdoba)		0,90
Prensa Ibérica (La Opinión de Málaga)		0,90
Prensa Ibérica (Resto de cabeceras)		0,80

C/Tabladilla, s/n
41013 - Sevilla
Tlf.- 955032273
Email: sgt.capadr@juntadeandalucia.es

MONICA ESPAÑA NAVARRO		22/02/2024 11:31:14	PÁGINA: 9 / 61
VERIFICACIÓN	NJyGw29QT22AOIho4QVond7qlinPp3	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



Junta de Andalucía

SOPORTE PRENSA DIGITAL: IP ANDALUCÍA/LOCAL	DESCUENTO SOBRE TARIFA OFICIAL (%)	PUNTUACIÓN MÁXIMA (PM)
Publicaciones del Sur (Andalucía Información, Viva y resto de cabeceras)		0,80
The Objective		0,65
Unidad Editorial (El Mundo)		1,05
Unidad Editorial (Resto de la red digital de cabeceras)		0,88
Vocento (ABC)		1,05
Vocento (Ideal)		1,00
Vocento (La Voz de Cádiz)		0,88
Vocento (Sur)		1,00
Vocento (Resto de cabeceras excepto ABC, Ideal, Sur y La Voz de Cádiz)		0,88
Voz Populi		0,65

D. Otros soportes no recogidos en el punto anterior. Se valorará con 0,5 puntos, distribuidos de la siguiente manera:

SOPORTE PRENSA DIGITAL: IP ANDALUCÍA/LOCAL	DESCUENTO SOBRE TARIFA OFICIAL (%)	PUNTUACIÓN MÁXIMA (PM)
Otros Soportes		0,50

En concepto de descuentos a aplicar con carácter general en la compra de espacios publicitarios en **prensa impresa** (papel) sobre tarifas oficiales vigentes:

E. Ámbito Nacional. Se valorará con 5 puntos, distribuidos de la siguiente manera:

SOPORTE PRENSA IMPRESA (ÁMBITO NACIONAL)	DESCUENTO SOBRE TARIFA OFICIAL (%)	PUNTUACIÓN MÁXIMA (PM)
20 Minutos		0,56
Grupo Prisa (El País)		0,56
Grupo Prisa (Resto de cabeceras)		0,41
La Razón		0,56
La Vanguardia		0,56
Prensa Ibérica (Resto de cabeceras excepto Córdoba y La Opinión de Málaga)		0,41
Unidad Editorial (El Mundo)		0,56
Unidad Editorial (Resto de cabeceras)		0,41
Vocento (ABC)		0,56
Vocento (Resto de cabeceras excepto ABC, Ideal y Sur)		0,41

C/Tabladilla, s/n
41013 - Sevilla
Tlf.- 955032273
Email: sgt.capadr@juntadeandalucia.es

MONICA ESPAÑA NAVARRO		22/02/2024 11:31:14	PÁGINA: 10 / 61
VERIFICACIÓN	NJyGw29QT22AOIho4QVond7qlinPp3	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	

F. Otros soportes no recogidos en el punto anterior. Se valorará con 0,5 puntos, distribuidos de la siguiente manera:

SOPORTE PRENSA IMPRESA (ÁMBITO NACIONAL)	DESCUENTO SOBRE TARIFA OFICIAL (%)	PUNTUACIÓN MÁXIMA (PM)
Otros Soportes		0,50

G. Ámbito Regional/Local. Se valorará con 9 puntos, distribuidos de la siguiente manera:

SOPORTE PRENSA IMPRESA (ÁMBITO REGIONAL/LOCAL)	DESCUENTO SOBRE TARIFA OFICIAL (%)	PUNTUACIÓN MÁXIMA (PM)
20 Minutos		0,76
Diario Jaén		0,59
Grupo Joly		0,76
Grupo Prisa (El País)		0,76
La Razón		0,59
La Voz de Almería		0,59
Prensa Ibérica (Diario de Córdoba)		0,59
Prensa Ibérica (La Opinión de Málaga)		0,59
Publicaciones del Sur (Andalucía Información, Viva y resto de cabeceras)		0,59
Unidad Editorial (El Mundo)		0,76
Vocento (ABC)		0,76
Vocento (Ideal)		0,59
Vocento (La Voz de Cádiz)		0,48
Vocento (Sur)		0,59

H. Otros soportes no recogidos en el punto anterior. Se valorará con 0,5 puntos, distribuidos de la siguiente manera:

SOPORTE PRENSA IMPRESA (ÁMBITO REGIONAL/LOCAL)	DESCUENTO SOBRE TARIFA OFICIAL (%)	PUNTUACIÓN MÁXIMA (PM)
Otros Soportes		0,50

En concepto de descuentos a aplicar con carácter general en la compra de espacios publicitarios en emisoras de radio FM (servicios de comunicación audiovisual radiofónicos en frecuencia modulada) sobre tarifas oficiales vigentes:

I. Ámbito Nacional. Se valorará con 6 puntos, distribuidos de la siguiente manera:

C/Tabladilla, s/n
41013 - Sevilla
Tlf.- 955032273
Email: sgt.capadr@juntadeandalucia.es

MONICA ESPAÑA NAVARRO		22/02/2024 11:31:14	PÁGINA: 11 / 61
VERIFICACIÓN	NJyGw29QT22AOIho4QVond7qlinPp3	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



Junta de Andalucía

EMISORA (ÁMBITO NACIONAL)	DESCUENTO SOBRE TARIFA OFICIAL (%)	PUNTUACIÓN MÁXIMA (PM)
Atresmedia (Onda Cero)		0,87
Atresmedia (Resto de emisoras)		0,63
COPE (Cadena Cope)		0,87
COPE (Resto de Emisoras)		0,63
EsRadio		0,87
Grupo Prisa (Cadena Ser)		0,87
Grupo Prisa (Resto de emisoras)		0,63
Kiss FM		0,63

J. Otros soportes no recogidos en el punto anterior. Se valorará con 0,5 puntos, distribuidos de la siguiente manera:

EMISORA (ÁMBITO NACIONAL)	DESCUENTO SOBRE TARIFA OFICIAL (%)	PUNTUACIÓN MÁXIMA (PM)
Otros Soportes		0,50

K. Ámbito Regional/Local: Se valorará con 17 puntos distribuidos de la siguiente manera:

EMISORA (ÁMBITO REGIONAL/LOCAL)	DESCUENTO SOBRE TARIFA OFICIAL (%)	PUNTUACIÓN MÁXIMA (PM)
Atresmedia (Onda Cero)		2,11
Atresmedia (Resto de emisoras)		1,11
COPE (Cadena Cope)		2,11
COPE (Resto de Emisoras)		1,36
EMA RTV		0,90
EsRadio		1,11
Grupo Prisa (Cadena Ser)		2,11
Grupo Prisa (Resto de emisoras)		1,36
Kiss FM		1,36
RTVA (Canal Sur Radio)		2,11
RTVA (Resto de emisoras)		1,36

L. Otros soportes no recogidos en el punto anterior. Se valorará con 0,5 puntos, distribuidos de la siguiente manera:

EMISORA (ÁMBITO REGIONAL/LOCAL)	DESCUENTO SOBRE TARIFA OFICIAL (%)	PUNTUACIÓN MÁXIMA (PM)
Otros Soportes		0,50

C/Tabladilla, s/n
41013 - Sevilla
Tlf.- 955032273
Email: sgt.capadr@juntadeandalucia.es

MONICA ESPAÑA NAVARRO		22/02/2024 11:31:14	PÁGINA: 12 / 61
VERIFICACIÓN	NJyGw29QT22AOIho4QVond7qlinPp3	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	

En concepto de descuentos a aplicar con carácter general en la compra de espacios publicitarios en **emisoras de televisión** sobre tarifas oficiales vigentes:

M. Ámbito Nacional. Se valorará con 3 puntos, distribuidos de la siguiente manera:

Soportes Televisión Nacional	Descuento sobre tarifa oficial (%)	PUNTUACIÓN MÁXIMA (PM)
Atresmedia (Antena 3)		0,90
Atresmedia (Resto de emisoras)		0,60
Mediaset (Telecinco)		0,90
Mediaset (Resto de emisoras)		0,60

N. Otros soportes no recogidos en el punto anterior. Se valorará con 0,5 puntos, distribuidos de la siguiente manera:

Soportes Televisión Nacional	Descuento sobre tarifa oficial (%)	PUNTUACIÓN MÁXIMA (PM)
Otros Soportes		0,50

O. Ámbito Regional/Local: Se valorará con 17 puntos distribuidos de la siguiente manera:

Soportes Televisión Regional/Local	Descuento sobre tarifa oficial (%)	PUNTUACIÓN MÁXIMA (PM)
101 TV		0,70
7TV Andalucía		0,85
Teleonuba		0,70
Canal Sur Televisión		1,15
PTV		0,60

P. Otros soportes no recogidos en el punto anterior. Se valorará con 0,5 puntos, distribuidos de la siguiente manera:

Soportes Televisión Regional/Local	Descuento sobre tarifa oficial (%)	PUNTUACIÓN MÁXIMA (PM)
Otros Soportes		0,50

Para valorar este concepto, la fórmula aplicable será la siguiente para cada oferta presentada:

$VF = V_1 + V_2 + V_3 + V_4 + \dots + V_n$, siendo $V_1, V_2, V_3, V_4, \dots$ y V_n , los valores obtenidos por cada oferta presentada para cada uno de los soportes definidos dentro del apartado "1 Proposición Económica", en las letras: A, B, C, D, E, F, G, H, I, J, K, L, M, N, O y P.

C/Tabladilla, s/n
41013 - Sevilla
Tlf.- 955032273
Email: sgt.capadr@juntadeandalucia.es



Junta de Andalucía

La fórmula aplicable para el cálculo de $V_1, V_2, V_3, V_4, \dots$ y V_n de cada oferta, es la siguiente:

Si el soporte se encuentra dentro de las agrupaciones de soportes definidos por las letras A, C, E, G, I, K, M y O, se aplicará la siguiente fórmula:

$$V_i = PM_i * (RF_i / RFMAX_i) \text{ cuando } RF_i \text{ sea distinto de } RFMAX$$

$$V_i = PM_i \text{ cuando } RF_i \text{ sea igual de } RFMAX$$

Donde:

V_i = Puntuación de la oferta presentada para el soporte "i".

PM_i = Puntuación máxima del descuento sobre tarifa para el soporte "i".

RF_i = descuento sobre tarifa de la oferta presentada para el soporte "i".

$RFMAX_i$ = Descuento máximo de las ofertas valoradas para el soporte "i".

Si el soporte se encuentra dentro de las agrupaciones de soportes definidos por las letras B, D, F, H, J, L, N y P, se aplicará la siguiente fórmula:

$$\text{Descuento de un 40,00\% o inferior: } V_i = PM_i * 0,3$$

$$\text{Descuento de entre un 40,01\% y un 60,00\%: } V_i = PM_i * 0,5$$

$$\text{Descuento de entre un 60,01\% y un 80,00\%: } V_i = PM_i * 0,7$$

$$\text{Descuento de un 80,01\% o superior: } V_i = PM_i$$

Donde:

V_i = Puntuación de la oferta presentada para el soporte "i".

PM_i = Puntuación máxima del descuento sobre tarifa para el soporte "i".

Q. Comisión por tramitación de agencia para todas aquellas inserciones con tarifa oficial publicada, a la que se aplica el descuento general ofertado en el punto anterior. Se valorará con un máximo de 3 puntos.

La comisión ofertada se expresará siempre con dos decimales. La puntuación se calculará en función de las siguientes franjas:

- Comisión del 7,01% o superior: 0 puntos.
- Comisión entre un 3,51% y un 7,00%: 1 punto.
- Comisión del 3,50% o inferior: 3 puntos.

Por tanto, aquellas ofertas que sitúen este parámetro en un 3,49% o inferior, no obtendrán mayor puntuación del máximo en este apartado, además de estar a lo dispuesto en el apartado 8 del Anexo I del Pliego de Cláusulas Administrativas Particulares (en adelante, PCAP).

R. Comisión por tramitación de agencia para aquella inserción puntual en un soporte que no disponga de tarifa oficial o en un formato no recogido en ninguno de los apartados anteriores. Se valorará con un máximo de 1 punto.

La comisión ofertada se expresará siempre con dos decimales. La puntuación se calculará en función de las siguientes franjas:

- Comisión del 7,01% o superior: 0 puntos.
- Comisión entre un 3,51% y un 7,00%: 0,5 puntos.
- Comisión del 3,50% o inferior: 1 punto.

C/Tabladilla, s/n
41013 - Sevilla
Tlf.- 955032273
Email: sgt.capadr@juntadeandalucia.es

MONICA ESPAÑA NAVARRO		22/02/2024 11:31:14	PÁGINA: 14 / 61
VERIFICACIÓN	NJyGw29QT22AOIho4QVond7qlinPp3	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	

Por tanto, aquellas ofertas que sitúen este parámetro en un 3,49% o inferior, no obtendrán mayor ponderación del máximo en este punto, además de estar a lo dispuesto en el apartado 8 del Anexo I del PCAP.

La comisión ofertada por la agencia tendrá en cuenta lo establecido en el Anexo I del PCAP, que define los parámetros objetivos para considerar una oferta anormalmente baja, aplicándose en estos casos lo previsto en la LCSP y en el RGLCAP. Así, quedan establecidos en este punto en un porcentaje de bajada superior al 50,00% respecto a los cálculos del precio del contrato en comisión o recargo de agencia (7,00%); esto es, aquellas ofertas por debajo del 3,50%.

2.- Otros Criterios evaluables mediante fórmula distintos a los de la proposición económica (hasta 6,5 puntos)

Siendo el objeto del contrato la planificación estratégica y compra de espacios publicitarios, así como la ejecución y seguimiento de acciones de comunicación institucional en medios de comunicación, se establecen una serie de criterios evaluables mediante fórmulas que, siendo distintos de la proposición económica, tienden a proponer una ejecución del contrato más eficaz, eficiente y adecuada al panorama actual de la comunicación y la planificación de medios.

Estos criterios se valorarán con **6,5 puntos**, desglosado de la siguiente manera:

- A.** Se valorará con 2 puntos la asunción del compromiso de alcanzar un CTR medio, en el conjunto de las campañas realizadas en el periodo de ejecución en prensa Digital, mayor o igual al 0,1%.
- B.** Se valorará con 2 puntos la asunción del compromiso de alcanzar en campañas en el medio Radio:
- una cobertura mínima del 32% para la inversión publicitaria en soportes de radio-fórmula musical en cada campaña que se ejecute a nivel regional;
 - y una cobertura mínima del 20% para la inversión publicitaria en soportes de radio convencional (cualquiera distinto a radiofórmula musical dentro del medio radio) en cada campaña que se ejecute a nivel regional.
- (Se exceptúan de este compromiso aquellas acciones puntuales en soportes al margen de campañas).
- C.** Se valorará con 2,5 puntos el compromiso de creación de un CUADRO DE MANDOS para la entidad proponente del pliego, donde mediante tablas dinámicas y cuadros resumen pueda ofrecerse en tiempo real datos de inversión publicitaria por campañas, medios o soportes.

3.- Mejoras (hasta 2,5 puntos)

Otras prestaciones concretas que se ofrezcan como mejora de los servicios objeto del contrato. Este factor se valorará **con 2,5 puntos**.

La puntuación en este apartado será la suma de la que corresponda a las siguientes mejoras a valorar:

- A.** Para campañas en prensa digital, y en las campañas en que así se requiera desde la entidad proponente de la licitación, se valorará con 1,5 puntos la asunción del compromiso de servir las impresiones planificadas, al menos, con un 45% de visibilidad (viewability). Dicho porcentaje se acreditará mediante reporte del adserver. Este reporte será certificado por el soporte mediante firma y sello.

C/Tabladilla, s/n
41013 - Sevilla
Tlf.- 955032273
Email: sgt.capadr@juntadeandalucia.es

MONICA ESPAÑA NAVARRO		22/02/2024 11:31:14	PÁGINA: 15 / 61
VERIFICACIÓN	NJyGw29QT22AOIho4QVond7qlinPp3	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



- B.** Reducción del plazo máximo indicado (40 días naturales) para el envío del documento de cierre de campaña, con comprobantes de ejecución y evaluación, con un máximo de 1 punto.
- Reducción de 5 días naturales del plazo máximo: 0,25 puntos
 - Reducción de 10 días naturales del plazo máximo.: 0,5 puntos
 - Reducción de 15 días naturales del plazo máximo: 1 punto

4.- Equipo de trabajo adicional (hasta 3 puntos)

Perfiles adicionales al equipo mínimo exigido en la solvencia técnica o profesional. Este equipo de trabajo adicional deberá cumplir, al menos, con la experiencia mínima exigida en la solvencia técnica. Hasta un máximo de 3 puntos:

- A. Planificador de medios ON adicional al equipo mínimo. Puntuación máxima: 1 punto
- B. Planificador de medios OFF adicional al equipo mínimo. Puntuación máxima: 1 punto
- C. Responsable de compra/seguimiento adicional al equipo mínimo. Puntuación máxima: 1 punto

El cálculo de la puntuación del equipo de trabajo adicional se valorará de la siguiente forma:

- Uno o más Planificadores de medios ON adicionales al equipo mínimo: 1 punto
- Uno o más Planificadores de medios OFF adicionales al equipo mínimo: 1 punto
- Uno o más Responsables de compra/seguimientos adicionales al equipo mínimo : 1 punto.

LOTE 2

1. Proposición económica (hasta 89,5 puntos)

Se valorará con **89,5 puntos** las condiciones de la oferta económica en relación con los trabajos que constituyen el objeto y contenido del contrato.

Los criterios en los que se desagregan las condiciones de la oferta y que poseen una naturaleza exclusivamente económica son los siguientes:

- A.** En concepto de costes netos con carácter general en la compra de espacios publicitarios en el medio exterior: se valorará con 76,5 puntos, distribuidos de la siguiente manera:

Advertencia: los COSTES NETOS/UNIDAD ofertados deberán ser un valor superior a cero (0) con dos decimales. En el caso de que en alguno de los COSTES NETOS/UNIDAD se oferte un valor igual o inferior a cero (0), se tomará como valor mínimo admisible el valor 0,01.

La no inclusión en la oferta de uno o más de los COSTES NETOS/UNIDAD a los que se hace referencia en este apartado, conllevará a la no valoración de la puntuación que tuviera asignada el correspondiente soporte.

Soporte	Coste neto/unidad ofertado (en euros y excluido IVA)	PUNTUACIÓN MÁXIMA
Fijación. Mupi estándar (1,76x1,20). Poblaciones de más de 500.000 habitantes. 1 semana.		4,85
Fijación. Mupi estándar (1,76x1,20). Poblaciones de entre 150.000 y 499.999 habitantes. 1 semana.		3,85
Fijación. Mupi estándar (1,76x1,20). Poblaciones de entre		3,85

C/Tabladilla, s/n
41013 - Sevilla
Tlf.- 955032273
Email: sgt.capadr@juntadeandalucia.es

MONICA ESPAÑA NAVARRO		22/02/2024 11:31:14	PÁGINA: 16 / 61
VERIFICACIÓN	NJyGw29QT22AOIho4QVond7qlinPp3	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



Soporte	Coste neto/unidad ofertado (en euros y excluido IVA)	PUNTUACIÓN MÁXIMA
100.000 y 149.999 habitantes. 1 semana.		
Fijación. Mupi estándar (1,76x1,20). Poblaciones de entre 50.000 y 99.999 habitantes. 1 semana.		3,85
Fijación. Mupi estándar (1,76x1,20). Poblaciones de menos de 49.999 habitantes. 1 semana.		2,85
Fijación. Vallas papel estándar (3x8). Poblaciones de más de 500.000 habitantes y sus áreas metropolitanas. 1 catorcena.		4,85
Fijación. Vallas papel estándar (3x8). Poblaciones de entre 150.000 y 499.999 habitantes. 1 catorcena.		3,85
Fijación. Vallas papel estándar (3x8). Poblaciones de entre 100.000 y 149.999 habitantes. 1 catorcena.		3,85
Fijación. Vallas papel estándar (3x8). Poblaciones de entre 50.000 y 99.999 habitantes. 1 catorcena.		2,85
Fijación. Vallas papel estándar (3x8). Poblaciones de menos de 49.999 habitantes. 1 catorcena.		2,85
Autobuses. Trasera integral + Lateral gran formato. Poblaciones de más de 500.000 habitantes. Producción + Fijación 1 mes.		4,85
Autobuses. Trasera integral + Lateral gran formato. Poblaciones de entre 100.000 y 499.999 habitantes. Producción + Fijación 1 mes.		3,85
Autobuses. Trasera integral + Lateral gran formato. Líneas interurbanas. Producción + Fijación 1 mes.		2,85
Producción mupis estándar. De 0 a 400 unidades.		4,85
Producción mupis estándar. De 401 en adelante unidades.		4,85
Producción vallas estándar. De 0 a 400 unidades.		4,85
Producción vallas estándar. De 401 en adelante unidades.		4,85
Tranvía urbano. Vinilado integral. Producción + Fijación 1 mes		4,00
Mupis digitales. Emisión 1 semana		4,05

Nota 1: Son Áreas metropolitanas las definidas como tales en el Plan de Ordenación del Territorio de Andalucía (POTA), aprobado por el Decreto 206/2006, de 28 de noviembre.

Nota 2: En el caso de Fijación de Vallas papel estándar (3x8) en un municipio incluido en el área metropolitana de una población de más de 500.000 habitantes, se aplicará el coste neto/unidad ofertado para "Poblaciones de más de 500.000 habitantes y sus áreas metropolitana", independientemente de los habitantes del municipio en cuestión.

Nota 3: Se entenderán como mupis los formatos estandarizados de 1,76 x 1,20 m. que pueden encontrarse situados en paradas de autobuses urbanos e interurbanos, exentos en la vía pública, estaciones de tren o de metro, aeropuertos, grandes superficies o cualquier otro emplazamiento.

C/Tabladilla, s/n
41013 - Sevilla
Tlf. - 955032273
Email: sgt.capadr@juntadeandalucia.es

MONICA ESPAÑA NAVARRO		22/02/2024 11:31:14	PÁGINA: 17 / 61
VERIFICACIÓN	NJyGw29QT22AOIho4QVond7qlinPp3	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	

Para valorar este concepto, la fórmula aplicable será la siguiente para cada oferta presentada:

$VF = V_1 + V_2 + V_3 + V_4 + \dots + V_n$, siendo $V_1, V_2, V_3, V_4, \dots$ y V_n , los valores obtenidos por cada oferta presentada para cada uno de los soportes definidos dentro del apartado 1.1 costes netos con carácter general en la compra de espacios publicitarios en el medio exterior de la Proposición Económica.

La fórmula aplicable para el cálculo de $V_1, V_2, V_3, V_4, \dots$ y V_n de cada oferta, es la siguiente:

$$V_i = PM_i / (RF_i / RFMIN_i)$$

Donde:

V_i = Puntuación de la oferta presentada para el soporte “i”.

PM_i = Puntuación máxima del coste neto para el soporte “i”.

RF_i = Coste neto ofertado para el soporte “i” (teniendo que se un valor superior a cero)

$RFMIN_i$ = Coste neto de menor importe de las ofertas valoradas para el soporte “i”.

B. En concepto de COSTE POR MIL IMPACTOS (CPM) en la compra de espacios publicitarios en CINE: se valorará con 8 puntos, distribuidos de la siguiente manera:

Advertencia: los COSTES POR MIL IMPACTOS (CPM) ofertados deberán ser un valor superior a cero (0) con dos decimales. En el caso de que en alguno de los COSTES POR MIL IMPACTOS (CPM) se oferte un valor igual o inferior a cero (0), se tomará como valor mínimo admisible el valor 0,01.

La no inclusión en la oferta de uno o más de los COSTES POR MIL IMPACTOS (CPM) a los que se hace referencia en este apartado, conllevará a la no valoración de la puntuación que tuviera asignada el correspondiente soporte.

Soporte	CPM ofertado (en euros y excluido IVA)	PUNTUACIÓN MÁXIMA
Salas de cine en poblaciones de más de 500.000 habitantes y sus áreas metropolitanas.		5
Salas de cine en poblaciones de hasta 499.999 habitantes.		3

Nota 1: Los impactos contratados durante la ejecución del contrato se cotejarán mediante la presentación de partes de taquilla por parte de los exclusivistas del medio.

Nota 2: Son Áreas metropolitanas las definidas como tales en el Plan de Ordenación del Territorio de Andalucía (POTA), aprobado por el Decreto 206/2006, de 28 de noviembre.

Nota 3: En el caso de salas ubicadas en un municipio incluido en el área metropolitana de una población de más de 500.000 habitantes, se aplicará el coste neto/unidad ofertado para “Poblaciones de más de 500.000 habitantes y sus áreas metropolitana”, independientemente de los habitantes del municipio en cuestión.

Para valorar este concepto, la fórmula aplicable será la siguiente para cada oferta presentada:

$VF = V_1 + V_2$, siendo V_1 y V_2 los valores obtenidos por cada oferta presentada para cada uno de los soportes definidos dentro del apartado 1.2 COSTE POR MIL IMPACTOS (CPM) en la compra de espacios publicitarios en CINE de la Proposición Económica.

C/Tabladilla, s/n
41013 - Sevilla
Tlf.- 955032273
Email: sgt.capadr@juntadeandalucia.es

MONICA ESPAÑA NAVARRO		22/02/2024 11:31:14	PÁGINA: 18 / 61
VERIFICACIÓN	NJyGw29QT22AOIho4QVond7qlinPp3	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



La fórmula aplicable para el cálculo de V_1 y V_2 de cada oferta, es la siguiente:

$$V_i = PM_i / (RF_i / RFMIN_i)$$

Donde:

V_i = Puntuación de la oferta presentada para el soporte "i".

PM_i = Puntuación máxima del CPM para el soporte "i".

RF_i = CPM ofertado para el soporte "i" (teniendo que ser un valor superior a cero).

$RFMIN_i$ = CPM de menor importe de las ofertas valoradas para el soporte "i".

C. Comisión por tramitación de agencia para todas aquellas inserciones en formatos/soportes descritos en los dos puntos anteriores, a las que se aplica el coste neto ofertado. Se valorará con un máximo de 4 puntos.

La comisión ofertada se expresará siempre con dos decimales. La puntuación se calculará en función de las siguientes franjas:

- Comisión del 7,01% o superior: 0 puntos.
- Comisión entre un 3,51% y un 7,00%: 2 puntos.
- Comisión del 3,50% o inferior: 4 puntos.

Por tanto, aquellas ofertas que sitúen este parámetro en un 3,49% o inferior, no obtendrán mayor ponderación del máximo en este punto, además de estar a lo dispuesto en el apartado 8 del Anexo I del PCAP.

D. Comisión por tramitación de agencia para aquella inserción puntual en un soporte o formato no recogido en ninguno de los apartados anteriores, a la que se aplica el coste neto aprobado. Se valorará con un máximo de 1 punto.

La comisión ofertada se expresará siempre con dos decimales. La puntuación se calculará en función de las siguientes franjas:

- Comisión del 7,01% o superior: 0 puntos.
- Comisión entre un 3,51% y un 7,00%: 1 punto.
- Comisión del 3,50% o inferior: 1 punto.

Por tanto, aquellas ofertas que sitúen este parámetro en un 3,49% o inferior, no obtendrán mayor ponderación del máximo en este punto, además de estar a lo dispuesto en el apartado 8 del Anexo I del PCAP.

2.- Otros Criterios evaluables mediante fórmula distintos a los de la proposición económica (hasta 8 puntos)

Siendo el objeto del contrato la planificación estratégica y compra de espacios publicitarios, así como la ejecución y seguimiento de acciones de comunicación institucional en medios de comunicación, se establecen una serie de criterios evaluables mediante fórmulas que, siendo distintos de la proposición económica, tienden a proponer una ejecución del contrato más eficaz, eficiente y adecuada al panorama actual de la comunicación y la planificación de medios.

C/Tabladilla, s/n
41013 - Sevilla
Tlf.- 955032273
Email: sgt.capadr@juntadeandalucia.es

MONICA ESPAÑA NAVARRO		22/02/2024 11:31:14	PÁGINA: 19 / 61
VERIFICACIÓN	NJyGw29QT22AOIho4QVond7qlinPp3	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



Estos criterios se valorarán con **8 puntos**, desglosado de la siguiente manera:

- A.** Se valorará con un máximo de 4 puntos el tiempo máximo de respuesta para presentar planes de medios tras recibir el briefing en Días Laborables (Horas). Distribuidos de la siguiente manera:
- 24 horas máximo (Día laborable siguiente): 4 puntos.
 - 48 horas máximo (Dos días Laborables): 2 puntos.
 - 72 horas máximo (Tres días Laborables): 1 punto.
 - Más tiempo: 0 puntos.
- B.** Se valorará con 4 puntos el compromiso de creación de un CUADRO DE MANDOS para la entidad proponente del pliego, donde mediante tablas dinámicas y cuadros resumen pueda ofrecerse en tiempo real datos de inversión publicitaria por campañas, medios o soportes.

3.- Mejoras (hasta 2,5 puntos)

Otras prestaciones concretas que se ofrezcan como mejora de los servicios objeto del contrato. Este factor se valorará con **2,5 puntos**.

La puntuación en este apartado será la que corresponda a la siguiente mejora a valorar:

- Reducción del plazo máximo indicado (40 días naturales) para el envío del documento de cierre de campaña, con comprobantes de ejecución y evaluación, con un máximo de 2,5 puntos:
 - Reducción de 5 días naturales del plazo máximo: 1 punto
 - Reducción de 10 días naturales del plazo máximo.: 2 puntos
 - Reducción de 15 días naturales del plazo máximo: 2,5 puntos

LOTE 3

1. Proposición económica (hasta 82 puntos)

Se valorará con **82 puntos** las condiciones de la oferta económica en relación con los trabajos que constituyen el objeto y contenido del contrato.

Los criterios en los que se desagregan las condiciones de la oferta y que poseen una naturaleza exclusivamente económica son los siguientes:

- A.** En concepto de costes netos con carácter general en la compra de espacios publicitarios en el medio exterior: se valorará con 77 puntos, distribuido de la siguiente manera:

Advertencia: los CPC, CPM y CPV ofertados deberán ser un valor superior a cero (0) con dos decimales. En el caso de que, en alguno de los CPC, CPM o CPV se oferte un valor igual o inferior a cero (0), se tomará como valor mínimo admisible el valor 0,01.

La no inclusión en la oferta de uno o más de los CPC, CPM o CPV a los que se hace referencia en este apartado, conllevará a la no valoración de la puntuación que tuviera asignada el correspondiente soporte-ámbito-target.

C/Tabladilla, s/n
41013 - Sevilla
Tlf.- 955032273
Email: sgt.capadr@juntadeandalucia.es

MONICA ESPAÑA NAVARRO		22/02/2024 11:31:14	PÁGINA: 20 / 61
VERIFICACIÓN	NJyGw29QT22AOIho4QVond7qlinPp3	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



Soporte	Ámbito	Target	Denom. target red	CPC	Punt. Máxima (PM)	CPM	Punt. Máxima (PM)	CPV	Punt. Máxima (PM)
Facebook e Instagram	Regional	Total Individuos	Total Individuos		0,98		0,97		1,04
Facebook e Instagram	Local	Total Individuos	Total Individuos		0,42		0,42		0,42
Facebook e Instagram	Regional	Pymes. Directivos y mandos de empresas hasta 50 empleados	Pequeños empresarios		0,72		0,72		0,72
Facebook e Instagram	Local	Pymes. Directivos y mandos de empresas hasta 50 empleados	Pequeños empresarios		0,27		0,27		0,27
Facebook e Instagram	Regional	Jóvenes. Individuos 14-29 años	Jóvenes. Individuos 14-29 años		0,72		0,72		0,72
Facebook e Instagram	Local	Jóvenes. Individuos 14-29 años	Jóvenes. Individuos 14-29 años		0,27		0,27		0,27
Facebook e Instagram	Regional	Ámbito Cultural	Cultura. Arte		0,72		0,72		0,72
Facebook e Instagram	Local	Ámbito Cultural	Cultura. Arte		0,27		0,27		0,27
Facebook e Instagram	Regional	Ámbito Naturaleza/ Medio Ambiente	Medio ambiente y naturaleza		0,72		0,72		0,72
Facebook e Instagram	Local	Ámbito Naturaleza/ Medio Ambiente	Medio ambiente y naturaleza		0,27		0,27		0,27
Facebook e Instagram	Regional	Familias (campañas de escolarización, inicio curso escolar...)	Padres con hijos adolescentes (de 13-17 años) Padres con hijos edad pre-escolar (3-5 años) Padres con hijos en edad escolar (6-8 años)		0,72		0,72		0,67

C/Tabladilla, s/n
41013 - Sevilla
Tlf.- 955032273
Email: sgt.capadr@juntadeandalucia.es

MONICA ESPAÑA NAVARRO		22/02/2024 11:31:14	PÁGINA: 21 / 61
VERIFICACIÓN	NJyGw29QT22AOIho4QVond7qlinPp3	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



Soporte	Ámbito	Target	Denom. target red	CPC	Punt. Máxima (PM)	CPM	Punt. Máxima (PM)	CPV	Punt. Máxima (PM)
Facebook e Instagram	Local	Familias (campañas de escolarización , inicio curso escolar...)	Padres con hijos adolescentes (de 13-17 años) Padres con hijos edad pre-escolar (3-5 años) Padres con hijos en edad escolar (6-8 años)		0,27		0,27		0,27
Facebook e Instagram	Regional	Ámbito sanitario	Servicios de asistencia médica y sanitaria		0,62		0,62		0,62
Facebook e Instagram	Local	Ámbito sanitario	Servicios de asistencia médica y sanitaria		0,27		0,27		0,27
LinkedIn	Regional	Total Individuos	Total Individuos		0,42		0,42		0,42
LinkedIn	Local	Total Individuos	Total Individuos		0,42		0,42		0,42
LinkedIn	Regional	Pymes. Directivos y mandos de empresas hasta 50 empleados	Pymes. Directivos y mandos de empresas hasta 50 empleados		0,42		0,42		0,42
LinkedIn	Local	Pymes. Directivos y mandos de empresas hasta 50 empleados	Pymes. Directivos y mandos de empresas hasta 50 empleados		0,27		0,27		0,27
LinkedIn	Regional	Jóvenes. Individuos 14-29 años	"Segmentación por rangos de edad: 18-24 25-34"		0,35		0,35		0,35
LinkedIn	Local	Jóvenes. Individuos 14-29 años	"Segmentación por rangos de edad: 18-24 25-34"		0,20		0,20		0,20

C/Tabladilla, s/n
41013 - Sevilla
Tlf.- 955032273
Email: sgt.capadr@juntadeandalucia.es

MONICA ESPAÑA NAVARRO		22/02/2024 11:31:14	PÁGINA: 22 / 61
VERIFICACIÓN	NJyGw29QT22AOIho4QVond7qlnPP3	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



Soporte	Ámbito	Target	Denom. target red	CPC	Punt. Máxima (PM)	CPM	Punt. Máxima (PM)	CPV	Punt. Máxima (PM)
LinkedIn	Regional	Ámbito Cultural			0,35		0,35		0,35
LinkedIn	Local	Ámbito Cultural			0,20		0,20		0,20
LinkedIn	Regional	Ámbito Naturaleza/ Medio Ambiente			0,35		0,35		0,35
LinkedIn	Local	Ámbito Naturaleza/ Medio Ambiente			0,20		0,20		0,20
LinkedIn	Regional	Familias (campañas de escolarización , inicio curso escolar...)			0,35		0,35		0,35
LinkedIn	Local	Familias (campañas de escolarización , inicio curso escolar...)			0,20		0,20		0,20
LinkedIn	Regional	Ámbito sanitario (por razones evidentes en los últimos 2 años)	Profesionales sanitarios		0,35		0,35		0,35
LinkedIn	Local	Ámbito sanitario (por razones evidentes en los últimos 2 años)	Profesionales sanitarios		0,20		0,20		0,20
Twitter	Regional	Total Individuos	Total Individuos		0,60		0,60		0,60
Twitter	Local	Total Individuos	Total Individuos		0,35		0,35		0,35
Twitter	Regional	Pymes. Directivos y mandos de empresas ht. 50 empleados			0,65		0,65		0,65

C/Tabladilla, s/n
41013 - Sevilla
Tlf.- 955032273
Email: sgt.capadr@juntadeandalucia.es

MONICA ESPAÑA NAVARRO		22/02/2024 11:31:14	PÁGINA: 23 / 61
VERIFICACIÓN	NJyGw29QT22AOIho4QVond7qlinPp3	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



Soporte	Ámbito	Target	Denom. target red	CPC	Punt. Máxima (PM)	CPM	Punt. Máxima (PM)	CPV	Punt. Máxima (PM)
Twitter	Local	Pymes. Directivos y mandos de empresas hasta 50 empleados			0,20		0,20		0,20
Twitter	Regional	Jóvenes. Individuos 14-29 años	"Rangos disponibles mas cercanos: De 13 a 34 años De 18 a 34 años De 13-24 años De 18 a 24 años"		0,72		0,72		0,72
Twitter	Local	Jóvenes. Individuos 14-29 años	"Rangos disponibles mas cercanos: De 13 a 34 años De 18 a 34 años De 13-24 años De 18 a 24 años"		0,27		0,27		0,27
Twitter	Regional	Ámbito Cultural	Interesado en contenido Cultural		0,72		0,72		0,72
Twitter	Local	Ámbito Cultural	Interesado en contenido Cultural		0,27		0,27		0,27
Twitter	Regional	Ámbito Naturaleza/ Medio Ambiente	Interesado en contenido de naturaleza / Medio Ambiente		0,62		0,62		0,62
Twitter	Local	Ámbito Naturaleza/ Medio Ambiente	Interesado en contenido de naturaleza / Medio Ambiente		0,27		0,27		0,27
Twitter	Regional	Familias (campañas de escolarización , inicio curso escolar...)	"Familia y crianza de los hijos — Padres de niños de primaria — Guardería y preescolar — Bebés y niños Pequeños"		0,72		0,72		0,72

C/Tabladilla, s/n
41013 - Sevilla
Tlf.- 955032273
Email: sgt.capadr@juntadeandalucia.es

MONICA ESPAÑA NAVARRO		22/02/2024 11:31:14	PÁGINA: 24 / 61
VERIFICACIÓN	NJyGw29QT22AOIho4QVond7qlnPP3	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



Soporte	Ámbito	Target	Denom. target red	CPC	Punt. Máxima (PM)	CPM	Punt. Máxima (PM)	CPV	Punt. Máxima (PM)
Twitter	Local	Familias (campañas de escolarización , inicio curso escolar...)	"Familia y crianza de los hijos — Padres de niños de primaria Familia y crianza de los hijos — Guardería y preescolar Familia y crianza de los hijos — Bebés y niños Pequeños"		0,27		0,27		0,27
Twitter	Regional	Ámbito sanitario (por razones evidentes en los últimos 2 años)			0,62		0,62		0,62
Twitter	Local	Ámbito sanitario (por razones evidentes en los últimos 2 años)			0,27		0,27		0,27
TikTok	Regional	Total Individuos	Total Individuos		0,32		0,32		0,32
TikTok	Local	Total Individuos	Total Individuos		0,22		0,22		0,22
TikTok	Regional	Pymes. Directivos y mandos de empresas hasta 50 empleados			0,32		0,32		0,32
TikTok	Local	Pymes. Directivos y mandos de empresas hasta 50 empleados			0,22		0,22		0,22
TikTok	Regional	Jóvenes. Individuos 14-29 años	Rangos disponibles: 13-17 18-24 25-34		0,32		0,32		0,32

C/Tabladilla, s/n
41013 - Sevilla
Tlf.- 955032273
Email: sgt.capadr@juntadeandalucia.es

MONICA ESPAÑA NAVARRO		22/02/2024 11:31:14	PÁGINA: 25 / 61
VERIFICACIÓN	NJyGw29QT22AOIho4QVond7qlinPp3	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



Soporte	Ámbito	Target	Denom. target red	CPC	Punt. Máxima (PM)	CPM	Punt. Máxima (PM)	CPV	Punt. Máxima (PM)
TikTok	Local	Jóvenes. Individuos 14-29 años	Rangos disponibles: 13-17 18.24 25-34		0,22		0,22		0,22
TikTok	Regional	Ámbito Cultural			0,32		0,32		0,32
TikTok	Local	Ámbito Cultural			0,22		0,22		0,22
TikTok	Regional	Ámbito Naturaleza/ Medio Ambiente			0,32		0,32		0,32
TikTok	Local	Ámbito Naturaleza/ Medio Ambiente			0,22		0,22		0,22
TikTok	Regional	Familias (campañas de escolarización , inicio curso escolar...)	Baby, Kids & Maternity		0,32		0,32		0,32
TikTok	Local	Familias (campañas de escolarización , inicio curso escolar...)	Baby, Kids & Maternity		0,22		0,22		0,22
TikTok	Regional	Ámbito sanitario (por razones evidentes en los últimos 2 años)			0,32		0,32		0,32
TikTok	Local	Ámbito sanitario (por razones evidentes en los últimos 2 años)			0,22		0,22		0,22
Youtube	Regional	Total Individuos	Total Individuos		X (No rellen.)		X (No rellen.)		0,77
Youtube	Local	Total Indiv.	Total Individuos		X (No rellen.)		X (No rellen.)		0,42

C/Tabladilla, s/n
41013 - Sevilla
Tlf.- 955032273
Email: sgt.capadr@juntadeandalucia.es

MONICA ESPAÑA NAVARRO		22/02/2024 11:31:14	PÁGINA: 26 / 61
VERIFICACIÓN	NJyGw29QT22AOIho4QVond7qlinPp3	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



Soporte	Ámbito	Target	Denom. target red	CPC	Punt. Máxima (PM)	CPM	Punt. Máxima (PM)	CPV	Punt. Máxima (PM)
Youtube	Regional	Pymes. Directivos y mandos de empresas hasta 50 empleados			X (No rellenar)		X (No rellenar)		0,77
Youtube	Local	Pymes. Directivos y mandos de empresas hasta 50 empleados			X (No rellenar)		X (No rellenar)		0,42
Youtube	Regional	Jóvenes. Individuos 14-29 años	"Rangos de edad disponibles: (seleccionables varios) 18-24 25-34"		X (No rellenar)		X (No rellenar)		0,77
Youtube	Local	Jóvenes. Individuos 14-29 años	Rangos de edad disponibles: (seleccionables varios) 18-24 25-34		X (No rellenar)		X (No rellenar)		0,20
Youtube	Regional	Ámbito Cultural	Sistemas de gestión ambiental, información sobre medio ambiente.		X (No rellenar)		X (No rellenar)		0,42
Youtube	Local	Ámbito Cultural	Sistemas de gestión ambiental, información sobre medio ambiente.		X (No rellenar)		X (No rellenar)		0,42
Youtube	Regional	Ámbito Naturaleza/ Medio Ambiente	Medio ambiente		X (No rellenar)		X (No rellenar)		0,77
Youtube	Local	Ámbito Naturaleza/ Medio Ambte.	Medio ambiente		X (No rellenar)		X (No rellenar)		0,42

C/Tabladilla, s/n
41013 - Sevilla
Tlf.- 955032273
Email: sgt.capadr@juntadeandalucia.es

MONICA ESPAÑA NAVARRO		22/02/2024 11:31:14	PÁGINA: 27 / 61
VERIFICACIÓN	NJyGw29QT22AOIho4QVond7qlinPp3	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



Soporte	Ámbito	Target	Denom. target red	CPC	Punt. Máxima (PM)	CPM	Punt. Máxima (PM)	CPV	Punt. Máxima (PM)
Youtube	Regional	Familias (campañas de escolarización , inicio curso escolar...)	"Con hijos en edad pre-escolar (4-5 años) Con hijos en educación primaria (6-12 años) Con hijos adolescentes (13-17 años)"		X (No rellenar)		X (No rellenar)		0,77
Youtube	Local	Familias (campañas de escolarización , inicio curso escolar...)	Con hijos en edad pre-escolar (4-5 años) Con hijos en educación primaria (6-12 años) Con hijos adolescentes (13-17 años)		X (No rellenar)		X (No rellenar)		0,77
Youtube	Regional	Ámbito sanitario (por razones evidentes en los últimos 2 años)	Sector sanitario		X (No rellenar)		X (No rellenar)		0,57
Youtube	Local	Ámbito sanitario (por razones evidentes en los últimos 2 años)	Sector sanitario		X (No rellenar)		X (No rellenar)		0,47
Twitch (amazon DSP)	Regional	Total Individuos	Total Individuos		X (No rellenar)		0,28		X (No rellenar)
Twitch (amazon DSP)	Local	Total Individuos	Total Individuos		X (No rellenar)		0,18		X (No rellenar)

C/Tabladilla, s/n
41013 - Sevilla
Tlf.- 955032273
Email: sgt.capadr@juntadeandalucia.es

MONICA ESPAÑA NAVARRO		22/02/2024 11:31:14	PÁGINA: 28 / 61
VERIFICACIÓN	NJyGw29QT22AOIho4QVond7qlnPP3	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



Soporte	Ámbito	Target	Denom. target red	CPC	Punt. Máxima (PM)	CPM	Punt. Máxima (PM)	CPV	Punt. Máxima (PM)
Twitch (amazon DSP)	Regional	Pymes. Directivos y mandos de empresas ht. 50 empleados	"Cuentas de Amazon Business que tienen entre 11 y 50 empleados Cuentas de Amazon Business que tienen entre 1 y 10 empleados Clientes que probablemente sean propietarios de negocios basados en el registro de la Tarjeta de crédito corporativa en sus cuentas de clientes o empresa."		X (No rellenar)		0,18		X (No rellenar)
Twitch (amazon DSP)	Local	Pymes. Directivos y mandos de empresas hasta 50 empleados	"Cuentas de Amazon Business que tienen entre 11 y 50 empleados Cuentas de Amazon Business que tienen entre 1 y 10 empleados Clientes que probablemente sean propietarios de negocios basados en el registro de la Tarjeta de crédito corporativa en sus cuentas de clientes o empresa."		X (No rellenar)		0,08		X (No rellenar)

C/Tabladilla, s/n
41013 - Sevilla
Tlf.- 955032273
Email: sgt.capadr@juntadeandalucia.es



Soporte	Ámbito	Target	Denom. target red	CPC	Punt. Máxima (PM)	CPM	Punt. Máxima (PM)	CPV	Punt. Máxima (PM)
Twitch (amazon DSP)	Regional	Jóvenes. Individuos 14-29 años	Rangos de edad disponibles 18-24,25-34		X (No rellenar)		0,28		X (No rellenar)
Twitch (amazon DSP)	Local	Jóvenes. Individuos 14-29 años	Rangos de edad disponibles 18-24,25-34		X (No rellenar)		0,18		X (No rellenar)
Twitch (amazon DSP)	Regional	Ámbito Cultural	Personas cuyos intereses de compras indican un estilo de vida similar a los Arte cultura y Cine		X (No rellenar)		0,25		X (No rellenar)
Twitch (amazon DSP)	Local	Ámbito Cultural	Personas cuyos intereses de compras indican un estilo de vida similar a los Arte cultura y Cine		X (No rellenar)		0,18		X (No rellenar)
Twitch (amazon DSP)	Regional	Ámbito Naturaleza/ Medio Ambiente	Respetuosos con el medio ambiente		X (No rellenar)		0,28		X (No rellenar)
Twitch (amazon DSP)	Local	Ámbito Naturaleza/ Medio Ambiente	Respetuosos con el medio ambiente		X (No rellenar)		0,18		X (No rellenar)
Twitch (amazon DSP)	Regional	Familias (campanas de escolarización , inicio curso escolar...)	"Personas cuyos intereses de compras indican un estilo de vida similar a los Padres o gente con niños Padres o gente con niños desde 3 hasta 4 años Padres o gente con niños desde 5 hasta 7 años Padres o gente con niños desde 8 hasta 11 años"		X (No rellenar)		0,28		X (No rellenar)

C/Tabladilla, s/n
41013 - Sevilla
Tlf.- 955032273
Email: sgt.capadr@juntadeandalucia.es

MONICA ESPAÑA NAVARRO		22/02/2024 11:31:14	PÁGINA: 30 / 61
VERIFICACIÓN	NJyGw29QT22AOIho4QVond7qlinPp3	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	

Soporte	Ámbito	Target	Denom. target red	CPC	Punt. Máxima (PM)	CPM	Punt. Máxima (PM)	CPV	Punt. Máxima (PM)
Twitch (amazon DSP)	Local	Familias (campañas de escolarización , inicio curso escolar...)	"Personas cuyos intereses de compras indican un estilo de vida similar a los Padres o gente con niños Padres o gente con niños desde 3 hasta 4 años Padres o gente con niños desde 5 hasta 7 años Padres o gente con niños desde 8 hasta 11 años"		X (No rellenar)		0,18		X (No rellenar)
Twitch (amazon DSP)	Regional	Ámbito sanitario (por razones evidentes en los últimos 2 años)	Salud y cuidado personal		X (No rellenar)		0,28		X (No rellenar)
Twitch (amazon DSP)	Local	Ámbito sanitario (por razones evidentes en los últimos 2 años)	Salud y cuidado personal		X (No rellenar)		0,18		X (No rellenar)
Otros (Video Online)	Regional	Total Individuos	Total Individuos		X (No rellenar)		X (No rellenar)		0,25
Otros (Video Online)	Local	Total Individuos	Total Individuos		X (No rellenar)		X (No rellenar)		0,25

Para valorar este concepto, la fórmula aplicable será la siguiente para cada oferta presentada:

$VF = V_1 + V_2 + V_3 + V_4 + \dots + V_n$, siendo $V_1, V_2, V_3, V_4, \dots$ y V_n , los valores obtenidos por cada oferta presentada para cada una de los "soporte-ámbito-target" y formatos de compra (CPC, CPM o CPV) definidos dentro del apartado 1.1 concepto de costes netos con carácter general en la compra de espacios publicitarios en el medio redes sociales de la Proposición Económica.

C/Tabladilla, s/n
41013 - Sevilla
Tlf.- 955032273
Email: sgt.capadr@juntadeandalucia.es

MONICA ESPAÑA NAVARRO		22/02/2024 11:31:14	PÁGINA: 31 / 61
VERIFICACIÓN	NJyGw29QT22AOIho4QVond7qlinPp3	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	

La fórmula aplicable para el cálculo de $V_1, V_2, V_3, V_4, \dots$ y V_n de cada oferta, es la siguiente:

$$V_i = PM_i / (RF_i / RFMIN_i)$$

Donde:

V_i = Puntuación de la oferta presentada para el soporte-ámbito-target "i" y formato de compra (CPC, CPM o CPV).

PM_i = Puntuación máxima del coste neto para el soporte-ámbito-target "i" y formato de compra (CPC, CPM o CPV).

RF_i = Coste neto ofertado para el soporte-ámbito-target "i" y formato de compra (CPC, CPM o CPV).

$RFMIN_i$ = Coste neto de menor importe de las ofertas valoradas para el soporte-ámbito-target "i" y formato de compra (CPC, CPM o CPV).

B. Comisión por tramitación de agencia para todas aquellas inserciones en formatos/soportes descritos en los dos puntos anteriores, a las que se aplica el coste neto ofertado. Se valorará con un máximo de 5 puntos.

La comisión ofertada se expresará siempre con dos decimales. La puntuación se calculará en función de las siguientes franjas:

- Comisión del 7,01% o superior: 0 puntos.
- Comisión entre un 3,51% y un 7,00%: 3 puntos.
- Comisión del 3,50% o inferior: 5 puntos.

Por tanto, aquellas ofertas que sitúen este parámetro en un 3,49% o inferior, no obtendrán mayor ponderación del máximo en este punto, además de estar a lo dispuesto al final del apartado 8 del Anexo I (parámetros para considerar una oferta anormalmente baja) del PCAP.

2.- Otros Criterios evaluables mediante fórmula distintos a los de la proposición económica (hasta 10 puntos)

Siendo el objeto del contrato la planificación estratégica y compra de espacios publicitarios, así como la ejecución y seguimiento de acciones de comunicación institucional en medios de comunicación, se establecen una serie de criterios evaluables mediante fórmulas que, siendo distintos de la proposición económica, tienden a proponer una ejecución del contrato más eficaz, eficiente y adecuada al panorama actual de la comunicación y la planificación de medios.

Estos criterios se valorarán **con 10 puntos**, desglosado de la siguiente manera:

A. Se valorará con un máximo de 2 puntos el tiempo máximo de respuesta para presentar planes de medios tras recibir el briefing en Días Laborables (Horas). Distribuidos de la siguiente manera:

- 24 horas máximo (Día laborable siguiente): 2 puntos.
- 48 horas máximo (Dos días Laborables): 1,5 puntos.
- 72 horas máximo (Tres días Laborables): 0, 5 puntos.
- Más tiempo: 0 puntos.

C/Tabladilla, s/n
41013 - Sevilla
Tlf.- 955032273
Email: sgt.capadr@juntadeandalucia.es

MONICA ESPAÑA NAVARRO		22/02/2024 11:31:14	PÁGINA: 32 / 61
VERIFICACIÓN	NJyGw29QT22AOIho4QVond7qlinPp3	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



Junta de Andalucía

B. Se valorará con un máximo de 2 puntos el tiempo máximo de respuesta para activar planes de medios tras ser aprobadas en Días Laborables (Horas). Distribuidos de la siguiente manera:

- El mismo día. 2 puntos.
- 24 horas máximo (Día laborable siguiente). 1 punto.
- 48 horas máximo (Dos días Laborables). 0 puntos.

C. Se valorará con un máximo de 3 puntos la disponibilidad del equipo. Distribuidos de la siguiente manera:

- Permanente (incluso festivos). 3 puntos.
- Laborables (24 horas). 2 puntos.
- Laborables, de 08:00 a 19:00. 1 punto
- Laborables, de 08:00 a 15:00. 0 puntos.

D. Se valorará con 3 puntos el compromiso de creación de un CUADRO DE MANDOS para la entidad proponente del pliego, donde mediante tablas dinámicas y cuadros resumen pueda ofrecerse en tiempo real datos de inversión publicitaria por campañas, medios o soportes.

3.- Mejoras (hasta 2 puntos)

Otras prestaciones concretas que se ofrezcan como mejora de los servicios objeto del contrato. Este factor se valorará con **2 puntos**.

La puntuación en este apartado será la que corresponda a la siguiente mejora a valorar:

Reducción del plazo máximo indicado (40 días naturales) para el envío del documento de cierre de campaña, con comprobantes de ejecución y evaluación, con un máximo de 2 puntos.

- Reducción de 5 días naturales del plazo máximo: 0, 5 puntos
- Reducción de 10 días naturales del plazo máximo.: 1,5 puntos
- Reducción de 15 días naturales del plazo máximo: 2 puntos

4.- Equipo de trabajo adicional (hasta 6 puntos)

Perfiles adicionales al equipo mínimo exigido en la solvencia técnica o profesional. Este equipo de trabajo adicional deberá cumplir, al menos, con la experiencia mínima exigida en la solvencia técnica. Hasta un máximo de 6 puntos:

- a) Planificador/Estratega adicional al equipo mínimo. Puntuación máxima: 3 puntos
- b) Gestor/Optimizador de campañas adicional al equipo mínimo. Puntuación máxima: 3 puntos

El cálculo de la puntuación del equipo de trabajo adicional se valorará de la siguiente forma:

- Uno o más Planificadores/Estrategas adicionales al equipo mínimo: 3 puntos.
- Uno o más Gestores/Optimizadores de campañas adicionales al equipo mínimo: 3 puntos.

C/Tabladilla, s/n
41013 - Sevilla
Tlf.- 955032273
Email: sgt.capadr@juntadeandalucia.es

MONICA ESPAÑA NAVARRO		22/02/2024 11:31:14	PÁGINA: 33 / 61
VERIFICACIÓN	NJyGw29QT22AOIho4QVond7qlinPp3	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	

Parámetros objetivos para considerar una oferta anormalmente baja:

LOTE 1:

Una oferta se considerará anormalmente baja cuando se presenten cualquiera de las siguientes situaciones:

1. Para considerarse una oferta anormalmente baja, se calcularán para cada soporte dentro los apartados A, B, C, D, E, F, G, H, I, J, K, L, M, N, O y P del criterio de adjudicación “1. Proposición Económica”, qué proposiciones (descuentos sobre tarifa oficial) se encuentran por encima de un 30% de la media agregada de las proposiciones valoradas para ese mismo soporte (=media aritmética de los descuentos sobre tarifa oficial ofertados por todas las proposiciones valoradas en ese soporte).
Una vez realizado el cálculo anterior, una oferta será considerada anormalmente baja si el número de soportes en los que las proposiciones se encuentran por encima del 30% de la media agregada para cada soporte es superior al 30% del número total de soportes de los apartados A, B, C, D, E, F, G, H, I, J, K, L, M, N, O y P de la proposición económica.
2. Asimismo, se considerarán ofertas anormalmente bajas aquellas que ofrezcan una bajada superior al 50,00% respecto a la comisión por tramitación de agencia establecido en un 7,00%; esto es, aquellas ofertas por debajo del 3,5% en los criterios de adjudicación 1.Q y 1.R.

LOTE 2:

Una oferta se considerará anormalmente baja cuando se presenten cualquiera de las siguientes situaciones:

1. Para considerarse una oferta anormalmente baja, se calcularán para cada soporte dentro los apartados A y B del criterio de adjudicación “1. Proposición Económica”, qué proposiciones (costes unitarios/unidad o CPM) se encuentran por debajo de un 30% de la media agregada de las proposiciones valoradas para ese mismo soporte (=media aritmética de los costes unitarios/unidad o CPM, según aplique, ofertados por todas las proposiciones valoradas en ese soporte).
Una vez realizado el cálculo anterior, una oferta será considerada anormalmente baja si el número de soportes en los que las ofertas se encuentran por debajo del 30% de la media agregada para cada soporte es superior al 30% del número total de soportes de los apartados A y B de la proposición económica.
2. Asimismo, se considerarán ofertas anormalmente bajas aquellas que ofrezcan una bajada superior al 50,00% respecto a la comisión por tramitación de agencia establecido en un 7,00%; esto es, aquellas ofertas por debajo del 3,5% en los criterios de adjudicación 1.C y 1.D.

LOTE 3:

Una oferta se considerará anormalmente baja cuando se presenten cualquiera de las siguientes situaciones:

1. Para considerarse una oferta anormalmente baja, se calcularán para cada soporte-ámbito-target dentro del apartado A del criterio de adjudicación “1. Proposición Económica”, qué proposiciones (CPC, CPM o CPV) se encuentran por debajo de un 30% de la media agregada de las proposiciones valoradas para ese mismo soporte-ámbito-target (=media aritmética de los CPC, CPM y CPV, según aplique, ofertados por todas las proposiciones valoradas en ese soporte-ámbito-target).

C/Tabladilla, s/n
41013 - Sevilla
Tlf.- 955032273
Email: sgt.capadr@juntadeandalucia.es

MONICA ESPAÑA NAVARRO		22/02/2024 11:31:14	PÁGINA: 34 / 61
VERIFICACIÓN	NJyGw29QT22AOIho4QVond7qlinPp3	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	

Una vez realizado el cálculo anterior, una oferta será considerada anormalmente baja si el número de soportes-ámbito-target en los que las ofertas se encuentran por debajo del 30% de la media agregada para cada soporte-ámbito-target es superior al 30% del número total de soportes-ámbito-target del apartado A de la proposición económica.

2. Asimismo, se considerarán ofertas anormalmente bajas aquellas que ofrezcan una bajada superior al 50,00% respecto a la comisión por tramitación de agencia establecido en un 7,00%; esto es, aquellas ofertas por debajo del 3,5% en los criterios de adjudicación 1.B.

10.- CONDICIONES ESPECIALES DE EJECUCIÓN DEL CONTRATO de carácter social, ético, medioambiental o de otro orden:

La mitigación y lucha contra los efectos del cambio climático, en alineación con los planes que la Junta de Andalucía viene desarrollando, han sido elevados al máximo rango jurídico en la Ley 8/2018, de 8 de octubre, de medidas frente al cambio climático y para la transición hacia un nuevo modelo energético en Andalucía. En esta labor resulta imprescindible la concienciación y participación ciudadanas. Por ello, las acciones de comunicación institucional y las campañas informativas y divulgativas de la Consejería que constituyen el objeto del presente contrato son un instrumento idóneo para la divulgación entre la ciudadanía de esos objetivos y planes. Con el fin de contribuir a ello, cualquier documento asociado a la ejecución del pliego debe ser suministrado por medios electrónicos para fomentar el ahorro de papel, así como cualquier entregable relativo a los trabajos.

El cumplimiento de esta condición especial de ejecución habrá de ser acreditado suficientemente por la persona responsable del contrato con carácter previo a la tramitación del pago de cada factura mediante la presentación electrónica del correspondiente certificado, en el que se incluirá necesariamente una relación de los documentos electrónicos suministrados por el contratista y el ahorro en papel que ha supuesto (número de hojas, con su formato, u otro criterio, peso, por ejemplo).

Al amparo de los artículos 216 y 217 de la LCSP, igualmente se considera condición especial de ejecución, la justificación del cumplimiento del pago de la empresa adjudicataria a proveedores o suministradores y subcontratistas, una vez finaliza la prestación. La certificación de la citada obligación podrá ser requerida a lo largo de la vigencia del contrato, por parte del responsable del contrato.

Penalidades por incumplimiento de las condiciones especiales de ejecución del contrato:

- Se establece una penalidad del 2,00% del precio del contrato que podrá reiterarse cada mes mientras persista el impago hasta alcanzar el límite conjunto del 50,00% de dicho precio. La garantía definitiva responderá de las penalidades que se impongan por este motivo.

11.- SUBCONTRATACIÓN

Por lo que respecta a este apartado, no existen partes o trabajos que deban ser ejecutados directamente por el licitador o por un participante de la unión de empresarios.

C/Tabladilla, s/n
41013 - Sevilla
Tlf.- 955032273
Email: sgt.capadr@juntadeandalucia.es

MONICA ESPAÑA NAVARRO		22/02/2024 11:31:14	PÁGINA: 35 / 61
VERIFICACIÓN	NJyGw29QT22AOIho4QVond7qlinPp3	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



En caso de infracción de las condiciones establecidas para proceder a la subcontratación, así como la falta de acreditación de la aptitud de la persona subcontratista o de las circunstancias determinantes de la situación de emergencia o de las que hacen urgente la subcontratación, se establecen las siguientes consecuencias:

- Penalidad del 20 % del importe del subcontrato.

12.- PENALIDADES

Se disponen las siguientes penalidades:

- **Penalidades por demora en la ejecución parcial o total del plazo de ejecución, distintas de las establecidas en el primer párrafo del artículo 193.3 de la LCSP:**
 - El 3% del importe de la factura correspondiente al gasto ejecutado en una determinada campaña de publicidad institucional en caso de que, por causas imputables al contratista, el inicio de la misma sufra un retraso superior a 24 horas respecto a la fecha de inicio fijada en el plan de medios definitivo aprobado por la persona responsable del contrato (entendiéndose tal retraso cuando el mismo afecte a más del 25% de los soportes en ese plan de medios).
- **Penalidades por cumplimiento defectuoso:**
 - Se considera cumplimiento defectuoso de la prestación objeto de este contrato la publicación en los soportes, por causas imputables al contratista, de una creatividad distinta a la especificada para una determinada campaña de publicidad institucional. Las penalidades asociadas a dicho cumplimiento defectuoso consistirán en los siguientes porcentajes del importe de la factura correspondiente al gasto ejecutado en una determinada campaña de publicidad institucional:
 - el 15% cuando se vea afectado hasta el 15% de los soportes en ese plan de medios para ese lote.
 - el 30% cuando se vea afectado un porcentaje de los soportes en ese plan de medios para ese lote superior al 15% hasta el 25%.
 - el 45% cuando se vea afectado más del 25% de los soportes en ese plan de medios para ese lote.
- **Penalidades por incumplimiento parcial en la ejecución de las prestaciones definidas en el contrato, por causas imputables a la persona contratista:**
 - el 15% del importe de la factura correspondiente al gasto ejecutado en una determinada campaña de publicidad institucional en caso de que, por causas imputables al contratista, no se ejecute entre un 1% y un 10% del importe del plan de medios aprobado por el responsable del contrato.

C/Tabladilla, s/n
41013 - Sevilla
Tlf.- 955032273
Email: sgt.capadr@juntadeandalucia.es

MONICA ESPAÑA NAVARRO		22/02/2024 11:31:14	PÁGINA: 36 / 61
VERIFICACIÓN	NJyGw29QT22AOIho4QVond7qlinPp3	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	

- el 30% del importe de la factura correspondiente al gasto ejecutado en una determinada campaña de publicidad institucional en caso de que, por causas imputables al contratista, no se ejecute entre más de un 10% y un 30% del importe del plan de medios aprobado por el responsable del contrato.
- el 45% del importe de la factura correspondiente al gasto ejecutado en una determinada campaña de publicidad institucional en caso de que, por causas imputables al contratista, no se ejecute entre más de un 30% y el 50% del importe del plan de medios aprobado por el responsable del contrato.
- el 60% del importe de la factura correspondiente al gasto ejecutado en una determinada campaña de publicidad institucional en caso de que, por causas imputables al contratista, no se ejecute más de un 50% del importe del plan de medios aprobado por el responsable del contrato.

13.- RÉGIMEN DE ABONO DEL PRECIO

Por lo que al abono del precio se refiere, las empresas contratadas tendrán derecho al abono, en **pagos parciales**, por los servicios prestados. El pago de la Administración se realizará al contratista contra factura, a expedir de acuerdo con la normativa vigente, debidamente conformada por el responsable del contrato.

Dicho abono en concepto de contraprestación por sus servicios consistirá, al menos, en:

- a) El importe de la compra de espacios publicitarios según las condiciones indicadas en la oferta económica.
- b) La comisión de cursado (comisión de agencia) según las condiciones indicadas en la oferta económica.

Para la tramitación del pago será necesaria la aportación por parte de la empresa adjudicataria, junto con la factura, de una declaración responsable de ejecución de la totalidad de los trabajos facturados, del informe de evaluación de los resultados de la campaña descrito en el apartado 5 (“Condiciones generales”) del pliego de prescripciones técnicas, de los justificantes de inserción y/o certificaciones de emisión o fijación asociados a tales trabajos, y, en caso de que se le solicite por el responsable del contrato, de la certificación por el soporte de las tarifas oficiales en aquel momento.

En los supuestos excepcionales de soportes o formatos en los que no exista tarifa oficial publicada de referencia, la persona adjudicataria aportará con carácter previo una propuesta que el órgano proponente deberá aprobar. El adjudicatario justificará la imposibilidad de establecer un precio de tarifa, especificará el formato realizado y desglosará los costes en sus distintas partidas.

Para justificar la imposibilidad de aplicar a una acción un precio de tarifa, la persona adjudicataria aportará un certificado del soporte, firmado y sellado, donde figure la acción, el coste negociado y donde se exprese que no es asimilable a ninguna tarifa oficial.

C/Tabladilla, s/n
41013 - Sevilla
Tlf.- 955032273
Email: sgt.capadr@juntadeandalucia.es

MONICA ESPAÑA NAVARRO		22/02/2024 11:31:14	PÁGINA: 37 / 61
VERIFICACIÓN	NJyGw29QT22AOIho4QVond7qlinPp3	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



Junta de Andalucía

Cuando la acción sea asimilable a una tarifa oficial publicada, se aplicará el descuento general ofertado para el medio o soporte.

Plazo del pago: el abono del precio por parte de la Administración se realizará dentro de los treinta días siguientes a la fecha de presentación, en la forma y condiciones indicadas con anterioridad, de la factura electrónica correspondiente, de acuerdo con lo establecido en el artículo 198.4 de la LCSP.

Registro para presentación de facturas: Punto General de entrada de facturas electrónicas de la Administración General del Estado <https://face.gob.es/es>

Datos a incluir en la factura electrónica:

ÓRGANO		CÓDIGO DIR3
De contratación (Órgano Gestor):	Secretaría General Técnica	A01025808
De destino (Unidad Tramitadora):	Secretaría General Técnica	A01025808
Centro contable (Oficina Contable):	Intervención General	A01004456

14.- OTRAS CARACTERÍSTICAS DE LA EJECUCIÓN DEL CONTRATO A TENER EN CONSIDERACIÓN

- **Plazo de garantía:** se fija en tres meses, a contar desde la conformidad de la última factura.
- **Programa de trabajo:** se requiere la aportación de un programa de trabajo.
- **Confidencialidad:**
 - Información a la que se le atribuye carácter confidencial:
 - Datos e informaciones de los que tenga conocimiento durante la ejecución del contrato, en particular, las instrucciones dadas por la dirección del contrato para la realización del trabajo. Datos o informaciones proporcionados por la Consejería para cualquier uso no previsto en los pliegos; en particular, copia expresa de los documentos elaborados, o datos a terceras personas.
- **Plazo durante el que la persona contratista deberá mantener el deber de confidencialidad:** 5 años.

C/Tabladilla, s/n
41013 - Sevilla
Tlf.- 955032273
Email: sgt.capadr@juntadeandalucia.es

MONICA ESPAÑA NAVARRO		22/02/2024 11:31:14	PÁGINA: 38 / 61
VERIFICACIÓN	NJyGw29QT22AOIho4QVond7qlinPp3	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



15.- VALORACIÓN ECONÓMICA DEL GASTO

El presupuesto base de licitación (PBL) **se calcula como el gasto máximo estimado** para la ejecución de las distintas campañas (acciones de comunicación) previstas durante la vigencia del contrato 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 inversión bajo las condiciones presentes en el sector - **de los espacios publicitarios** que compondrían cada una de esas campañas y/o acciones **más la comisión de agencia que resulte de aplicación**, la cual se estima en un 7,00% y viene a cubrir el gasto de los trabajos de planificación de medios, de cursado, de seguimiento de activación y desarrollo de campañas, o de evaluación de sus resultados.

En el supuesto de que dentro de la vigencia del contrato y conforme a la DA33ª de la citada 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. Partiendo de esta premisa, el valor estimado del contrato asciende a 1.851.239,68 euros y responderá al importe máximo a ejecutarse según la previsión de campañas establecida por lote y anualidad, contemplando una posible prórroga por un periodo máximo igual a 12 meses y esa posible modificación de hasta un máximo del 20% del precio.

Dicho lo anterior, el presupuesto de licitación de la presente contratación será de 991.735,53 euros más 208.264,47 euros correspondientes al 21% de IVA para un total de 1.200.000,00 euros, según el desglose en lotes, asignación de partida presupuestaria y distribución por anualidades indicado a continuación:

Distribución anual por lotes (comisión de agencia incluida en la partida de cada lote, antes de IVA)

Lotes	2024			2025			Importe total (IVA incluido)
	s/IVA	IVA 21%	Importe total	s/IVA	IVA 21%	Importe total	
Lote 1	330.578,51€	69.421,49€	400.000,00€	462.809,92€	97.190,08€	560.000,00€	960.000,00€
Lote 2	41.322,31€	8.677,69€	50.000,00€	57.851,24€	12.148,76€	70.000,00€	120.000,00€
Lote 3	41.322,31€	8.677,69€	50.000,00€	57.851,24€	12.148,76€	70.000,00€	120.000,00€
Total	413.223,13€	86.776,87€	500.000,00€	578.512,40€	121.487,60€	700.000,00€	1.200.000,00€
Partida presupuestaria:			1400010000 G/12S/22602/00 01				

Para el cálculo del PBL las campañas y acciones previstas se han de clasificar por tipología según sus parámetros y conforme a los requerimientos establecidos por las distintas temáticas. El precio orientativo que se emplea para los distintos tipos de campaña se fundamenta en la experiencia de contrataciones previas, adoptándose el precio de mercado según compras recientes con similar frecuencia, cobertura y demás requisitos contemplados para lograr una comunicación eficiente.

C/Tabladilla, s/n
41013 - Sevilla
Tlf.- 955032273
Email: sgt.capadr@juntadeandalucia.es

MONICA ESPAÑA NAVARRO		22/02/2024 11:31:14	PÁGINA: 39 / 61
VERIFICACIÓN	NJyGw29QT22AOIho4QVond7qlinPp3	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	

A tal fin se acompaña a esta memoria justificativa un **ANEXO I** con un desglose de campañas y acciones de comunicación previstas que han servido de base para el cálculo del valor del contrato. Se presentan por tipos definidos de campaña si bien la temática y la denominación de algunas de ellas pueden verse modificadas durante la ejecución del contrato con objeto de adaptarlas a la realidad existente en ese momento.

Asimismo y como ya se ha indicado, aparte del coste directo incurrido en la adquisición de los espacios y soportes publicitarios en los que se desarrollarán esas campañas y acciones de comunicación, se contempla como coste indirecto una comisión de agencia del 7,00% que se detalla en **ANEXO II** de esta memoria, donde dicho porcentaje se desagrega para cada lote entre los distintos componentes que lo integran, atendiendo para ello a los perfiles profesionales señalados en el apartado 7 de esta memoria referido a la solvencia técnica o profesional.

De otra parte, la memoria concluye con un **ANEXO III** donde se profundiza en los planes de medios tipo para cada una de las campañas y acciones de comunicación modeladas en el contrato, constituyendo el punto de partida para el cálculo de su presupuesto de licitación. En este sentido, conviene reseñar que el entorno de los medios de comunicación es muy dinámico y que las condiciones comerciales de los soportes no son estables durante un año natural. Además la elección de los espacios publicitarios específicos que componen cada campaña está muy condicionada por el perfil del público objetivo de la misma. 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 el mismo. Todo ello dificulta, a priori, definir qué soportes van a ser o no líderes en sus segmentos durante todo el año, y si van a sufrir grandes modificaciones en sus condiciones comerciales. A pesar de que las condiciones del adjudicatario son fijas, un cambio en las tarifas repercutiría en estos planes que son objeto de licitación.

Por tanto, para estimar el alcance de estos planes y campañas se parte de una simulación genérica e inicial con las condiciones de mercado vigentes y, al igual que en el ANEXO I, se adopta como referencia para el importe de licitación del contrato los precios de mercado de espacios publicitarios en los soportes utilizados en los últimos meses, debiéndose recalcar que se trata de una estimación orientativa que podría modificarse con el paso de los meses.

En virtud de todo lo anterior y atendiendo a lo dispuesto en el primer párrafo de la DA 33ª de la LCSP (contratos de suministros y servicios en función de las necesidades) según la cual:

“En los contratos de servicios con presupuesto limitativo en los que el empresario se obligue a entregar una pluralidad de bienes o a ejecutar el servicio de forma sucesiva y por precio unitario, sin que el número total de entregas o prestaciones incluidas en el objeto del contrato se defina con exactitud al tiempo de celebrar éste, por estar subordinadas las mismas a las necesidades de la Administración, deberá aprobarse un presupuesto máximo”,

se propone la siguiente distribución de costes por lote y anualidad:

C/Tabladilla, s/n
41013 - Sevilla
Tlf.- 955032273
Email: sgt.capadr@juntadeandalucia.es

MONICA ESPAÑA NAVARRO		22/02/2024 11:31:14	PÁGINA: 40 / 61
VERIFICACIÓN	NJyGw29QT22AOIho4QVond7qlinPp3	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



Junta de Andalucía

Anualidad 2024

<u>Lotes</u>	<u>Costes directos</u> (adquisición espacios publicitarios para la totalidad de las campañas)	<u>Costes indirectos</u> (7,00% Comisión agencia)	<u>IVA</u> (21,00%)	<u>Costes totales</u>
Lote 1	308.951,88€	21.626,63€	69.421,49€	400.000,00€
Lote 2	38.618,98€	2.703,33€	8.677,69€	50.000,00€
Lote 3	38.618,98€	2.703,33€	8.677,69€	50.000,00€
Costes totales anualidad 2024:				500.000,00€

Anualidad 2025

<u>Lotes</u>	<u>Costes directos</u> (adquisición espacios publicitarios para la totalidad de las campañas)	<u>Costes indirectos</u> (7,00% Comisión agencia)	<u>IVA</u> (21,00%)	<u>Costes totales</u>
Lote 1	432.532,64€	30.277,28€	97.190,08€	560.000,00€
Lote 2	54.066,58€	3.784,66€	12.148,76€	70.000,00€
Lote 3	54.066,58€	3.784,66€	12.148,76€	70.000,00€
Costes totales anualidad 2025:				700.000,00€

En base a todo lo indicado, se propone el inicio de la tramitación del correspondiente expediente de contratación para la adjudicación mediante procedimiento abierto y sujeto a regulación armonizada de la ejecución de los trabajos objeto del contrato que figuran descritos en el Pliego de Prescripciones Técnicas.

LA JEFA DE GABINETE DE LA CONSEJERA

Fdo: Mónica España Navarro

C/Tabladilla, s/n
41013 - Sevilla
Tlf.- 955032273
Email: sgt.capadr@juntadeandalucia.es

MONICA ESPAÑA NAVARRO		22/02/2024 11:31:14	PÁGINA: 41 / 61
VERIFICACIÓN	NJyGw29QT22AOIho4QVond7qlinPp3	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	

ANEXO I

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

En este primer Anexo se relacionan las campañas que se han contemplado en el cálculo del presupuesto del contrato, desglosadas por lote según tipología e importe de las mismas, y con indicación del ejercicio en que se desarrollarán. En todo caso debe hacerse notar que se trata de una previsión meramente orientativa, la cual puede sufrir variaciones en función de las necesidades informativas/divulgativas surgidas durante la ejecución del contrato.

Anualidad 2024

- **Campaña Tipo A:** Campaña que requiere de al menos un 80% de cobertura y una duración entorno a 3 semanas, con una probabilidad estimada de que una persona que forme parte de nuestro público objetivo visualice la campaña en 12 ocasiones (12 OTS). Es la tipología de campaña más importante del contrato y por ello requiere del trabajo en los 3 lotes.

Inversión estimada:

Gusto del Sur

	Costes directos	Comisión Ag.	Total costes netos	IVA 21,00%	Costes totales
Lote 1	234.494,48 €	16.414,61 €	250.909,09 €	52.690,91 €	303.600,00 €
Lote 2	30.895,19€	2.162,66€	33.057,85 €	6.942,15 €	40.000,00 €
Lote 3	9.879,68 €	691,58 €	10.571,26 €	2.219,97 €	12.791,23 €
Total.-	275.269,35 €	19.268,85 €	294.538,20 €	61.853,03 €	356.391,23 €

Agropopular

	Costes directos	Comisión Ag.	Total costes netos	IVA 21,00%	Costes totales
Lote 1	14.457,40 €	1.012,02 €	15.469,42 €	3.248,58 €	18.718,00 €
Lote 2	7.723,79 €	540,67 €	8.264,46 €	1.735,54 €	10.000,00 €
Lote 3	8.739,30 €	611,75 €	9.351,05 €	1.963,72 €	11.314,77 €
Total.-	30.920,49 €	2.164,44 €	33.084,93 €	6.947,84 €	40.032,77 €

C/Tabladilla, s/n
41013 - Sevilla
Tlf.- 955032273
Email: sgt.capadr@juntadeandalucia.es

MONICA ESPAÑA NAVARRO		22/02/2024 11:31:14	PÁGINA: 42 / 61
VERIFICACIÓN	NJyGw29QT22AOIho4QVond7qlinPp3	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



Junta de Andalucía

- **Campaña Tipo B:** Campaña que requiere de al menos un 50% de cobertura y una duración de entorno a 2 semanas, con una probabilidad estimada de que una persona que forme parte de nuestro público objetivo visualice la campaña en 8 ocasiones (8 OTS). Se pretende optimizar el presupuesto planificando únicamente en Lotes 1 y 3, dado que pueden conseguirse los resultados de campaña evitando el gasto en el Lote 2, que concentraría todo su esfuerzo en la Tipo A.

Inversión estimada:

Fruit Atraction

	Costes directos	Comisión Ag.	Total costes netos	IVA 21,00%	Costes totales
Lote 1	39.164,23 €	2.741,50 €	41.905,73 €	8.800,20 €	50.705,93 €
Lote 2					
Lote 3	14.982,74 €	1.048,79 €	16.031,53 €	3.366,62 €	19.398,15 €
Total.-	54.146,97 €	3.790,29 €	57.937,26 €	12.166,82 €	70.104,08 €

- **Campaña Tipo C:** Campaña más enfocada a perfiles más profesionales, que requiere de al menos un 40% de cobertura y una duración de entorno a 2 semanas, con una probabilidad estimada de que una persona que forme parte de nuestro público objetivo visualice la campaña en 5 ocasiones (5 OTS). Se pretende optimizar el presupuesto planificando únicamente en Lotes 1 y 3, dado que pueden conseguirse los resultados de campaña evitando el gasto en el Lote 2, que concentraría todo su esfuerzo en la Tipo A.

Inversión estimada:

Día Mundial del Agua

	Costes directos	Comisión Ag.	Total costes netos	IVA 21,00%	Costes totales
Lote 1	20.835,77 €	1.458,50 €	22.294,27 €	4.681,80 €	26.976,07 €
Lote 2					
Lote 3	5.017,26 €	351,21 €	5.368,47 €	1.127,38 €	6.495,85 €
Total.-	25.853,03 €	1.809,71 €	27.662,74 €	5.809,18 €	33.471,92 €

C/Tabladilla, s/n
41013 - Sevilla
Tlf.- 955032273
Email: sgt.capadr@juntadeandalucia.es

MONICA ESPAÑA NAVARRO		22/02/2024 11:31:14	PÁGINA: 43 / 61
VERIFICACIÓN	NJyGw29QT22AOIho4QVond7qlinPp3	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



Junta de Andalucía

Anualidad 2025

- **Campaña Tipo A:** Campaña que requiere de al menos un 80% de cobertura y una duración entorno a 3 semanas, con una probabilidad estimada de que una persona que forme parte de nuestro público objetivo visualice la campaña en 12 ocasiones (12 OTS). Es la tipología de campaña más importante del contrato y por ello requiere del trabajo en los 3 lotes.

Inversión estimada:

Gusto del Sur

	Costes directos	Comisión Ag.	Total costes netos	IVA 21,00%	Costes totales
Lote 1	234.494,48 €	16.414,61 €	250.909,09 €	52.690,91 €	303.600,00 €
Lote 2	30.895,19€	2.162,66€	33.057,85 €	6.942,15 €	40.000,00 €
Lote 3	9.879,68 €	691,58 €	10.571,26 €	2.219,97 €	12.791,23 €
Total.-	275.269,35 €	19.268,85 €	294.538,20 €	61.853,03 €	356.391,23 €

Agropopular

	Costes directos	Comisión Ag.	Total costes netos	IVA 21,00%	Costes totales
Lote 1	59.215,40 €	4.145,08 €	63.360,48 €	13.305,70 €	76.666,18 €
Lote 2	12.723,79 €	890,67 €	13.614,46 €	2.859,04 €	16.473,50 €
Lote 3	18.739,30 €	1.311,75 €	20.051,05 €	4.210,72 €	24.261,77 €
Total.-	90.678,49 €	6.347,50 €	97.025,99 €	20.375,46 €	117.401,45 €

Siembra

	Costes directos	Comisión Ag.	Total costes netos	IVA 21,00%	Costes totales
Lote 1	47.567,50 €	3.329,73 €	50.897,23 €	10.688,42 €	61.585,65 €
Lote 2	10.447,60 €	731,33 €	11.178,93 €	2.347,58 €	13.526,51 €
Lote 3	1.238,20 €	86,67 €	1.324,87 €	278,22 €	1.603,09 €
Total.-	59.253,30 €	4.147,73 €	63.401,03 €	13.314,22 €	76.715,25 €

C/Tabladilla, s/n
41013 - Sevilla
Tlf.- 955032273
Email: sgt.capadr@juntadeandalucia.es

MONICA ESPAÑA NAVARRO		22/02/2024 11:31:14	PÁGINA: 44 / 61
VERIFICACIÓN	NJyGw29QT22AOIho4QVond7qlinPp3	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



- **Campaña Tipo B:** Campaña que requiere de al menos un 50% de cobertura y una duración de entorno a 2 semanas, con una probabilidad estimada de que una persona que forme parte de nuestro público objetivo visualice la campaña en 8 ocasiones (8 OTS). Se pretende optimizar el presupuesto planificando únicamente en Lotes 1 y 3, dado que pueden conseguirse los resultados de campaña evitando el gasto en el Lote 2, que concentraría todo su esfuerzo en la Tipo A.

Inversión estimada:

Fruit Atraction

	Costes directos	Comisión Ag.	Total costes netos	IVA 21,00%	Costes totales
Lote 1	39.164,23 €	2.741,50 €	41.905,73 €	8.800,20 €	50.705,93 €
Lote 2					
Lote 3	14.982,74 €	1.048,79 €	16.031,53 €	3.366,62 €	19.398,15 €
Total.-	54.146,97 €	3.790,29 €	57.937,26 €	12.166,82 €	70.104,08 €

Campaña por determinar en plataformas digitales y redes sociales

	Costes directos	Comisión Ag.	Total costes netos	IVA 21,00%	Costes totales
Lote 1	13.860,90 €	970,26 €	14.831,16 €	3.114,54 €	17.945,70 €
Lote 2					
Lote 3	3.050,80 €	213,56 €	3.264,36 €	685,51 €	3.949,87 €
Total.-	16.911,70 €	1.183,82 €	18.095,52 €	3.800,05 €	21.895,57 €

- **Campaña Tipo C:** Campaña más enfocada a perfiles más profesionales, que requiere de al menos un 40% de cobertura y una duración de entorno a 2 semanas, con una probabilidad estimada de que una persona que forme parte de nuestro público objetivo visualice la campaña en 5 ocasiones (5 OTS). Se pretende optimizar el presupuesto planificando únicamente en Lotes 1 y 3, dado que pueden conseguirse los resultados de campaña evitando el gasto en el Lote 2, que concentraría todo su esfuerzo en la Tipo A.

C/Tabladilla, s/n
41013 - Sevilla
Tlf.- 955032273
Email: sgt.capadr@juntadeandalucia.es

Inversión estimada:

Día Mundial del Agua

	Costes directos	Comisión Ag.	Total costes netos	IVA 21,00%	Costes totales
Lote 1	20.835,77 €	1.458,50 €	22.294,27 €	4.681,80 €	26.976,07 €
Lote 2					
Lote 3	5.017,26 €	351,21 €	5.368,47 €	1.127,38 €	6.495,85 €
Total.-	25.853,03 €	1.809,71 €	27.662,74 €	5.809,18 €	33.471,92 €

Jóvenes Agricultores

	Costes directos	Comisión Ag.	Total costes netos	IVA 21,00%	Costes totales
Lote 1	17.394,36 €	1.217,61 €	18.611,97 €	3.908,51 €	22.520,48 €
Lote 2					
Lote 3	1.158,60 €	81,10 €	1.239,70 €	260,34 €	1.500,04 €
Total.-	18.552,96 €	1.298,71 €	19.851,67 €	4.168,85 €	24.020,52 €

RESUMEN DE LA PLANIFICACIÓN DE LA INVERSIÓN TOTAL

A continuación se resume en las dos siguientes tablas la distribución de la inversión total de las campañas presupuestadas conforme a la planificación estimada anteriormente.

Se reitera la advertencia de que tanto la temática como la inversión estimada por lote para cada campaña estará supeditada a las necesidades de comunicación institucional que en cada momento se evalúen pues éstas son dinámicas, pudiendo modificarse tanto el mensaje como el tipo de campaña según objetivos de cobertura, OTS, ... si la actualidad del momento lo requiriese.

Lo anterior se podría aplicar a la generalidad de lo expuesto en este Anexo I, ya fuese a cualquiera de las acciones indicadas, ya fuese a aquellas campañas de temática por determinar, tratándose por tanto de una planificación orientativa.

C/Tabladilla, s/n
41013 - Sevilla
Tlf.- 955032273
Email: sgt.capadr@juntadeandalucia.es

MONICA ESPAÑA NAVARRO		22/02/2024 11:31:14	PÁGINA: 46 / 61
VERIFICACIÓN	NJyGw29QT22AOIho4QVond7qlinPp3	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	

A) Distribución de la inversión total por lote durante la anualidad 2024

<u>LOTE:</u>	<u>Anualidad: 2024</u>		<u>Importes (€)</u>
LOTE 1	Costes directos	Campaña tipo A:	248.951,88
		Campaña tipo B:	39.164,23
		Campaña tipo C:	20.835,77
	(1) Total costes directos:		308.951,88
	(2) Costes indirectos (comisión Agencia):	7,00%	21.626,63
	(3) IVA:	21,00%	69.421,49
(1) + (2) + (3) Costes totales Lote 1:			400.000,00
LOTE 2	Costes directos	Campaña tipo A:	38.618,98
	(1) Total costes directos:		38.618,98
	(2) Costes indirectos (comisión Agencia):	7,00%	2.703,33
	(3) IVA:	21,00%	8.677,69
	(1) + (2) + (3) Costes totales Lote 2:		50.000,00
LOTE 3	Costes directos	Campaña tipo A:	18.618,98
		Campaña tipo B:	14.982,74
		Campaña tipo C:	5.017,26
	(1) Total costes directos:		38.618,98
	(2) Costes indirectos (comisión Agencia):	7,00%	2.703,33
	(3) IVA:	21,00%	8.677,69
	(1) + (2) + (3) Costes totales Lote 3:		50.000,00
Total costes planificación anualidad 2024:			500.000,00

C/Tabladilla, s/n
 41013 - Sevilla
 Tlf.- 955032273
 Email: sgt.capadr@juntadeandalucia.es

B) Distribución de la inversión total por lote durante la anualidad 2025

<u>LOTE:</u>	<u>Anualidad: 2025</u>		<u>Importes (€)</u>
LOTE 1	Costes directos	Campaña tipo A:	341.277,38
		Campaña tipo B:	53.025,13
		Campaña tipo C:	38.230,13
	(1) Total costes directos:		432.532,64
	(2) Costes indirectos (comisión Agencia):	7,00%	30.277,28
	(3) IVA:	21,00%	97.190,08
(1) + (2) + (3) Costes totales Lote 1:			560.000,00
LOTE 2	Costes directos	Campaña tipo A:	54.066,58
	(1) Total costes directos:		54.066,58
	(2) Costes indirectos (comisión Agencia):	7,00%	3.784,66
	(3) IVA:	21,00%	12.148,76
	(1) + (2) + (3) Costes totales Lote 2:		70.000,00
LOTE 3	Costes directos	Campaña tipo A:	29.857,18
		Campaña tipo B:	18.033,54
		Campaña tipo C:	6.175,86
	(1) Total costes directos:		54.066,58
	(2) Costes indirectos (comisión Agencia):	7,00%	3.784,66
	(3) IVA:	21,00%	12.148,76
(1) + (2) + (3) Costes totales Lote 3:			70.000,00
Total costes planificación anualidad 2025:			700.000,00

C/Tabladilla, s/n
 41013 - Sevilla
 Tlf.- 955032273
 Email: sgt.capadr@juntadeandalucia.es

ANEXO II

Desagregado del presupuesto previsto para la comisión de agencia entre los componentes que la integran.

Para el cálculo de los costes se contempla como coste indirecto fijo una comisión de agencia del 7,00%, que es resultado de la suma de las siguientes partidas:

- Perfiles profesionales mínimos detallados en el Anexo I.4 del PCAP, salarios aplicables en los convenios de publicidad y horas de dedicación en base al desarrollo de acciones de comunicación propias. Referencias empleadas:
 - Convenio colectivo estatal de la publicidad para el período 2022-2025 ([https://www.boe.es/eli/es/res/2022/08/02/\(2\)](https://www.boe.es/eli/es/res/2022/08/02/(2)))
 - Guía salarial Hays 2024-2025 (<https://guiasalarial.hays.es/>)
- Costes estructurales para la buena ejecución del contrato. Se estima en una cifra que representa el 22,50% del salario correspondiente a los perfiles profesionales que intervienen en cada contrato; esto es, del salario referido al personal responsable del mismo. A saber:
 - Director de cuentas
 - Ejecutivo de cuentas
 - Jefe de Planificación
 - Planificador de medios ON
 - Planificador de medios OFF
 - Responsable de compras/seguimiento
 - Responsable de administración/facturación)
- Gastos generales (transporte, mensajería, desplazamientos)
- Gastos financieros (se estima en un 1,00% del total de compras de medios publicitarios)
- Beneficio industrial (se estima en un 3,50% del total de compras de medios publicitarios)

Seguidamente se procede al detalle de cada una de estas partidas para la obtención de la comisión fija en que participa la agencia en cada uno de los tres lotes para el conjunto de las dos anualidades de la presente contratación:

C/Tabladilla, s/n
41013 - Sevilla
Tlf.- 955032273
Email: sgt.capadr@juntadeandalucia.es

MONICA ESPAÑA NAVARRO		22/02/2024 11:31:14	PÁGINA: 49 / 61
VERIFICACIÓN	NJyGw29QT22AOIho4QVond7qlinPp3	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



LOTE 1 (Anualidades 2024 y 2025)

Perfiles profesionales

	N.º horas	Coste hora	Importe salarial	Coste estructural (22,50% s/importe salarial)	Coste total
Director de cuentas	50,00	20,90 €	1.045,00 €	235,13 €	1.280,13 €
Jefe de planificación	200,00	16,80 €	3.360,00 €	756,00 €	4.116,00 €
Planificación de medios On	180,00	15,30 €	2.754,00 €	619,65 €	3.373,65 €
Planificación de medios Off	180,00	15,30 €	2.754,00 €	619,65 €	3.373,65 €
Compra y seguimiento	150,00	14,50 €	2.175,00 €	489,38 €	2.664,38 €
Administración	120,00	13,50 €	1.620,00 €	364,50 €	1.984,50 €
Total gastos personal					16.792,30 €

Gastos generales

Concepto	Servicio	Importe
Mensajería	Gasto medio proyecto	304,80 €
Transporte y desplazamientos	2 desplazamientos al mes (i/v), a razón de 20€/ud	1.440,00 €
Total Gastos generales		1.744,80 €

Gastos financieros y beneficio industrial

Concepto	Importe
Adquisición de medios publicitarios ejercicios 2024 y 2025 (importe: 741.484,52€)	No aplica
Gastos financieros (1,00% s/741.484,52€)	7.414,85 €
Beneficio Industrial (3,50% s/741.484,52€)	25.951,96 €

RESUMEN	
Salario personal	16.792,30 €
Gastos generales	1.744,80 €
Gastos financieros	7.414,85 €
Beneficio Industrial	25.951,96 €
(1) Servicio Agencia:	51.903,91 €
(2) Adquisición de medios publicitarios durante 2024 y 2025:	741.484,52 €
(1) / (2) Comisión (%):	7,00

C/Tabladilla, s/n
41013 - Sevilla
Tlf.- 955032273
Email: sgt.capadr@juntadeandalucia.es



LOTE 2 (Anualidades 2024 y 2025)

Perfiles profesionales

	N.º horas	Coste hora	Importe salarial	Coste estructural (22,50% s/importe salarial)	Coste total
Director de cuentas	7,00	20,90 €	146,30 €	32,92 €	179,22 €
Jefe de planificación	49,00	16,80 €	823,20 €	185,22 €	1.008,42 €
Total gastos personal					1.187,64 €

Gastos generales

Concepto	Servicio	Importe
Mensajería	Gasto medio proyecto	229,50 €
Transporte y desplazamientos	1 desplazamiento al mes (i/v), a razón de 25€/ud	900,00 €
Total Gastos generales		1.129,50 €

Gastos financieros y beneficio industrial

Concepto	Importe
Adquisición de medios publicitarios ejercicios 2024 y 2025 (importe: 92.685,56€)	No aplica
Gastos financieros (1,00% s/92.685,56€)	926,86 €
Beneficio Industrial (3,50% s/92.685,56€)	3.243,99 €

RESUMEN	
Salario personal	1.187,64 €
Gastos generales	1.129,50 €
Gastos financieros	926,86 €
Beneficio Industrial	3.243,99 €
(1) Servicio Agencia:	6.487,99 €
(2) Adquisición de medios publicitarios durante 2024 y 2025:	92.685,56 €
(1) / (2) Comisión (%):	7,00

C/Tabladilla, s/n
41013 - Sevilla
Tlf.- 955032273
Email: sgt.capadr@juntadeandalucia.es



LOTE 3 (Anualidades 2024 y 2025)

Perfiles profesionales

	N.º horas	Coste hora	Importe salarial	Coste estructural (22,50% s/importe salarial)	Coste total
Director de cuentas	4,00	20,90 €	83,60 €	18,81 €	102,41 €
Ejecutivo de cuentas	8,00	18,00 €	144,00 €	32,40 €	176,40 €
Planificador/Estratega	22,00	16,80 €	369,60 €	83,16 €	452,76 €
Gestor/Optimizador de campañas	24,00	15,30 €	367,20 €	82,62 €	449,82 €
Total gastos personal					1.181,39 €

Gastos generales

Concepto	Servicio	Importe
Mensajería	Gasto medio proyecto	235,75 €
Transporte y desplazamientos	1 desplazamiento al mes (i/v), a razón de 25€/ud	900,00 €
Total Gastos generales		1.135,75 €

Gastos financieros y beneficio industrial

Concepto	Importe
Adquisición de medios publicitarios ejercicios 2024 y 2025 (importe: 92.685,56€)	No aplica
Gastos financieros (1,00% s/92.685,56€)	926,86 €
Beneficio Industrial (3,50% s/92.685,56€)	3.243,99 €

RESUMEN	
Salario personal	1.181,39 €
Gastos generales	1.135,75 €
Gastos financieros	926,86 €
Beneficio Industrial	3.243,99 €
(1) Servicio Agencia:	6.487,99 €
(2) Adquisición de medios publicitarios durante 2024 y 2025:	92.685,56 €
(1) / (2) Comisión (%):	7,00

C/Tabladilla, s/n
41013 - Sevilla
Tlf.- 955032273
Email: sgt.capadr@juntadeandalucia.es

ANEXO III

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 para cada uno de las acciones y campañas previstas en el contrato y que sirven de fundamento para estimar el importe total de su licitación. Se ofrecen por lote y anualidad, para cada uno de los tipos de las campañas planteadas en el Anexo I, habiéndose adoptado como precio de referencia los precios de mercado de espacios publicitarios en los soportes utilizados en los últimos meses.

Conviene reseñar que se han empleado denominaciones genéricas de soportes, al no ser posible de antemano delimitar el número exacto de espacios por medio y soporte concreto ante el componente de variabilidad y difícil control al que está expuesto el entorno de los medios de comunicación, por no hablar de otros factores a los que está igualmente supeditada la elección de los espacios publicitarios específicos que integran cada campaña (como por ejemplo, el perfil del público objetivo de la misma en función del mensaje y creatividad a difundir).

Anualidad 2024

- **Campaña Tipo A:** Campaña que requiere de al menos un 80% de cobertura y una duración entorno a 3 semanas, con una probabilidad estimada de que una persona que forme parte de nuestro público objetivo visualice la campaña en 12 ocasiones (12 OTS). Es la tipología de campaña más importante del contrato y por ello requiere del trabajo en los 3 lotes.

LOTE 1

Coste directo estimado.- 248.951,88€: Gusto del Sur (234.494,48€) + Agropopular (14.457,40€)

Prensa Digital

Site	Formato	Sección	Impresiones estimadas	Coste directo estimado
Diarios nacionales/regionales/locales				
Estimación soportes planificados: 15	Formato 3:4	Fija + rotativa	23.700.000	140.697,00 €

Radio

Emisoras	Formato	Sección	Inserciones estimadas	Coste directo estimado
Emisoras de radio de ámbito nacional/regional/local				
Emisoras de radio convencional: 4	Cuñas 20" - 30"	Matinal y rotación	90	67.007,60 €
Emisoras de radio fórmula: 5	Cuñas 20" - 30"	Matinal y rotación	100	17.798,10 €
				84.805,70 €

C/Tabladilla, s/n
41013 - Sevilla
Tlf.- 955032273
Email: sgt.capadr@juntadeandalucia.es

MONICA ESPAÑA NAVARRO		22/02/2024 11:31:14	PÁGINA: 53 / 61
VERIFICACIÓN	NJyGw29QT22AOIho4QVond7qlinPp3	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



Junta de Andalucía

Televisión

<u>Emisoras</u>	<u>Formato</u>	<u>Sección</u>	<u>Inserciones estimadas</u>	<u>Coste directo estimado</u>
Emisoras de televisión nacional, regional, interprovincial y local				
Número de soportes: 5	Spots 20" - 30"	Prime time	36	23.449,18 €

LOTE 2

Coste directo estimado.- 38.618,98€: Gusto del Sur (30.895,19€) + Agropopular (7.723,79€)

Exterior

<u>Soporte</u>	<u>Ámbito</u>	<u>Formato</u>	<u>N.º Soportes</u>	<u>Periodicidad</u>	<u>Coste directo estimado</u>
Exterior y Cine					
VALLAS	ANDALUCÍA	3x8m Papel	45	Quincenal	10.423,79 €
MUPIS	ANDALUCÍA	176x120 cm	180	Semanal	17.995,00 €
AUTOBÚS	ANDALUCÍA	Personalizado	8	Mensual	8.000,19 €
SALAS CINE	ANDALUCÍA	Trailers, cortos	3	Semestral	2.200,00 €
					38.618,98 €

LOTE 3

Coste directo estimado.- 18.618,98€: Gusto del Sur (9.879,68€) + Agropopular (8.739,30€)

Redes Sociales

<u>Site</u>	<u>Formato</u>	<u>Fórmula de contratación</u>	<u>Impresiones estimadas</u>	<u>Coste directo estimado</u>
RRSS				
Estimación soportes planificados: 5	Posts, reels, stories	CPM (coste por mil)	13.580.000	18.618,98 €

C/Tabladilla, s/n
41013 - Sevilla
Tlf.- 955032273
Email: sgt.capadr@juntadeandalucia.es

MONICA ESPAÑA NAVARRO		22/02/2024 11:31:14	PÁGINA: 54 / 61
VERIFICACIÓN	NJyGw29QT22AOIho4QVond7qlinPp3	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



Junta de Andalucía

- **Campaña Tipo B:** Campaña que requiere de al menos un 80% de cobertura y una duración entorno a 3 semanas, con una probabilidad estimada de que una persona que forme parte de nuestro público objetivo visualice la campaña en 12 ocasiones (12 OTS). Es la tipología de campaña más importante del contrato y por ello requiere del trabajo en los 3 lotes.

LOTE 1

Coste directo estimado.- 39.164,23€: Fruit Attraction

Prensa Digital

Site	Formato	Sección	Impresiones estimadas	Coste directo estimado
Diarios nacionales/regionales/locales				
Estimación soportes planificados: 4	Formato 3:4	Fija + rotativa	2.500.000	16.148,00 €

Radio

Emisoras	Formato	Sección	Inserciones estimadas	Coste directo estimado
Emisoras de radio de ámbito nacional/regional/local				
Emisoras de radio convencional: 2	Cuñas 20" - 30"	Matinal y rotación	12	9.258,23 €
Emisoras de radio fórmula: 3	Cuñas 20" - 30"	Matinal y rotación	33	5.933,00 €
				15.191,23 €

Televisión

Emisoras	Formato	Sección	Inserciones estimadas	Coste directo estimado
Emisoras de televisión nacional, regional, interprovincial y local				
Número de soportes: 5	Spots 20" - 30"	Prime time	12	7.825,00 €

LOTE 3

Coste directo estimado.- 14.982,74€: Fruit Attraction

Redes Sociales

Site	Formato	Fórmula de contratación	Impresiones estimadas	Coste directo estimado
RRSS				
Estimación soportes planificados: 4	Posts, reels, stories	CPM (coste por mil)	10.450.000	14.982,74 €

C/Tabladilla, s/n
41013 - Sevilla
Tlf.- 955032273
Email: sgt.capadr@juntadeandalucia.es

MONICA ESPAÑA NAVARRO		22/02/2024 11:31:14	PÁGINA: 55 / 61
VERIFICACIÓN	NJyGw29QT22AOIho4QVond7qlinPp3	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



- **Campaña Tipo C:** Campaña más enfocada a perfiles más profesionales, que requiere de al menos un 40% de cobertura y una duración de entorno a 2 semanas, con una probabilidad estimada de que una persona que forme parte de nuestro público objetivo visualice la campaña en 5 ocasiones (5 OTS). Se pretende optimizar el presupuesto planificando únicamente en Lotes 1 y 3, dado que pueden conseguirse los resultados de campaña evitando el gasto en el Lote 2, que concentraría todo su esfuerzo en la Tipo A.

LOTE 1

Coste directo estimado.- 20.835,77€: Día Mundial del Agua

Prensa Digital

Site	Formato	Sección	Impresiones estimadas	Coste directo estimado
Diarios nacionales/regionales/locales				
Estimación soportes planificados: 4	Formato 3:4	Fija + rotativa	2.000.000	10.113,50 €

Radio

Emisoras	Formato	Sección	Inserciones estimadas	Coste directo estimado
Emisoras de radio de ámbito nacional/regional/local				
Emisoras de radio convencional: 2	Cuñas 20" - 30"	Matinal y rotación	6	4.907,27 €
Emisoras de radio fórmula: 2	Cuñas 20" - 30"	Matinal y rotación	9	1.600,00 €
				6.507,27 €

Televisión

Emisoras	Formato	Sección	Inserciones estimadas	Coste directo estimado
Emisoras de televisión nacional, regional, interprovincial y local				
Número de soportes: 5	Spots 20" - 30"	Prime time	7	4.215,00 €

LOTE 3

Coste directo estimado.- 5.017,26€: Día Mundial del Agua

Redes Sociales

Site	Formato	Fórmula de contratación	Impresiones estimadas	Coste directo estimado
RRSS				
Estimación soportes planificados: 3	Posts, reels, stories	CPM (coste por mil)	3.600.000	5.017,26 €

C/Tabladilla, s/n
41013 - Sevilla
Tlf.- 955032273
Email: sgt.capadr@juntadeandalucia.es



Anualidad 2025

- **Campaña Tipo A:** Campaña que requiere de al menos un 80% de cobertura y una duración entorno a 3 semanas, con una probabilidad estimada de que una persona que forme parte de nuestro público objetivo visualice la campaña en 12 ocasiones (12 OTS). Es la tipología de campaña más importante del contrato y por ello requiere del trabajo en los 3 lotes.

LOTE 1

Coste directo estimado.- 341.277,38€: Gusto del Sur (234.494,48€) + Agropopular (59.215,40€) + Siembra (47.567,50€)

Prensa Digital

<u>Site</u>	<u>Formato</u>	<u>Sección</u>	<u>Impresiones estimadas</u>	<u>Coste directo estimado</u>
Diarios nacionales/regionales/locales				
Estimación soportes planificados: 22	Formato 3:4	Fija + rotativa	34.490.000	204.766,70 €

Radio

<u>Emisoras</u>	<u>Formato</u>	<u>Sección</u>	<u>Inserciones estimadas</u>	<u>Coste directo estimado</u>
Emisoras de radio de ámbito nacional/regional/local				
Emisoras de radio convencional: 4	Cuñas 20" - 30"	Matinal y rotación	90	70.348,30 €
Emisoras de radio fórmula: 5	Cuñas 20" - 30"	Matinal y rotación	100	21.356,58 €
				91.704,88 €

Televisión

<u>Emisoras</u>	<u>Formato</u>	<u>Sección</u>	<u>Inserciones estimadas</u>	<u>Coste directo estimado</u>
Emisoras de televisión nacional, regional, interprovincial y local				
Número de soportes: 8	Spots 20" - 30"	Prime time	70	44.805,80 €

C/Tabladilla, s/n
41013 - Sevilla
Tlf.- 955032273
Email: sgt.capadr@juntadeandalucia.es



Junta de Andalucía

LOTE 2

Coste directo estimado.- 54.066,58€: Gusto del Sur (30.895,19€) + Agropopular (12.723,79€) + Siembra(10.447,60€)

Exterior

Soporte	Ámbito	Formato	N.º Soportes	Periodicidad	Coste directo estimado
Exterior y Cine					
VALLAS	ANDALUCÍA	3x8m Papel	60	Quincenal	14.593,30 €
MUPIS	ANDALUCÍA	176x120 cm	250	Semanal	26.593,00 €
AUTOBÚS	ANDALUCÍA	Personalizado	11	Mensual	9.700,28 €
SALAS CINE	ANDALUCÍA	Trailers, cortos	5	Semestral	3.180,00 €
					54.066,58 €

LOTE 3

Coste directo estimado.- 29.857,18€: Gusto del Sur (9.879,68€) + Agropopular (18.739,30€) + Siembra (1.238,20€)

Redes Sociales

Site	Formato	Fórmula de contratación	Impresiones estimadas	Coste directo estimado
RRSS				
Estimación soportes planificados: 8	Posts, reels, stories	CPM (coste por mil)	21.730.000	29.857,18 €

C/Tabladilla, s/n
41013 - Sevilla
Tlf.- 955032273
Email: sgt.capadr@juntadeandalucia.es

MONICA ESPAÑA NAVARRO		22/02/2024 11:31:14	PÁGINA: 58 / 61
VERIFICACIÓN	NJyGw29QT22AOIho4QVond7qlinPp3	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



Junta de Andalucía

- **Campaña Tipo B:** Campaña que requiere de al menos un 80% de cobertura y una duración entorno a 3 semanas, con una probabilidad estimada de que una persona que forme parte de nuestro público objetivo visualice la campaña en 12 ocasiones (12 OTS). Es la tipología de campaña más importante del contrato y por ello requiere del trabajo en los 3 lotes.

LOTE 1

Coste directo estimado.- 53.025,13€: 39.164,23€ (Fruit Attraction) + 13.860,90€ (Campaña por determinar en plataformas digitales y redes sociales)

Prensa Digital

Site	Formato	Sección	Impresiones estimadas	Coste directo estimado
Diarios nacionales/regionales/locales				
Estimación soportes planificados: 6	Formato 3:4	Fija + rotativa	3.750.000	24.222,00 €

Radio

Emisoras	Formato	Sección	Inserciones estimadas	Coste directo estimado
Emisoras de radio de ámbito nacional/regional/local				
Emisoras de radio convencional: 2	Cuñas 20" - 30"	Matinal y rotación	12	9.258,23 €
Emisoras de radio fórmula: 3	Cuñas 20" - 30"	Matinal y rotación	33	5.933,00 €
				15.191,23 €

Televisión

Emisoras	Formato	Sección	Inserciones estimadas	Coste directo estimado
Emisoras de televisión nacional, regional, interprovincial y local				
Número de soportes: 9	Spots 20" - 30"	Prime time	21	13.611,90 €

LOTE 3

Coste directo estimado.- 18.033,54€: 14.982,74€ (Fruit Attraction) + 3.050,80€ (Campaña por determinar en plataformas digitales y redes sociales)

Redes Sociales

Site	Formato	Fórmula de contratación	Impresiones estimadas	Coste directo estimado
RRSS				
Estimación soportes planificados: 5	Posts, reels, stories	CPM (coste por mil)	12.580.000	18.033,54 €

C/Tabladilla, s/n
41013 - Sevilla
Tlf.- 955032273
Email: sgt.capadr@juntadeandalucia.es

MONICA ESPAÑA NAVARRO		22/02/2024 11:31:14	PÁGINA: 59 / 61
VERIFICACIÓN	NJyGw29QT22AOIho4QVond7qlinPp3	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



- **Campaña Tipo C:** Campaña más enfocada a perfiles más profesionales, que requiere de al menos un 40% de cobertura y una duración de entorno a 2 semanas, con una probabilidad estimada de que una persona que forme parte de nuestro público objetivo visualice la campaña en 5 ocasiones (5 OTS). Se pretende optimizar el presupuesto planificando únicamente en Lotes 1 y 3, dado que pueden conseguirse los resultados de campaña evitando el gasto en el Lote 2, que concentraría todo su esfuerzo en la Tipo A.

LOTE 1

Coste directo estimado.- 38.230,13€: 20.835,77€ (Día Mundial del Agua) + 17.394,36€ (Jóvenes Agricultores)

Prensa Digital

Site	Formato	Sección	Impresiones estimadas	Coste directo estimado
Diarios nacionales/regionales/locales				
Estimación soportes planificados: 5	Formato 3:4	Fija + rotativa	2.775.000	14.042,85 €

Radio

Emisoras	Formato	Sección	Inserciones estimadas	Coste directo estimado
Emisoras de radio de ámbito nacional/regional/local				
Emisoras de radio convencional: 4	Cuñas 20" - 30"	Matinal y rotación	12	9.814,54 €
Emisoras de radio fórmula: 4	Cuñas 20" - 30"	Matinal y rotación	18	3.200,00 €
				13.014,54 €

Televisión

Emisoras	Formato	Sección	Inserciones estimadas	Coste directo estimado
Emisoras de televisión nacional, regional, interprovincial y local				
Número de soportes: 13	Spots 20" - 30"	Prime time	19	11.172,74 €

C/Tabladilla, s/n
41013 - Sevilla
Tlf.- 955032273
Email: sgt.capadr@juntadeandalucia.es



Junta de Andalucía

LOTE 3

Coste directo estimado.- 6.175,86€: 5.017,26€ (Día Mundial del Agua) + 1.158,60€ (Jóvenes Agricultores)

Redes Sociales

Site	Formato	Fórmula de contratación	Impresiones estimadas	Coste directo estimado
RRSS				
Estimación soportes planificados: 4	Posts, reels, stories	CPM (coste por mil)	4.430.000	6.175,86 €

C/Tabladilla, s/n
41013 - Sevilla
Tlf.- 955032273
Email: sgt.capadr@juntadeandalucia.es

MONICA ESPAÑA NAVARRO		22/02/2024 11:31:14	PÁGINA: 61 / 61
VERIFICACIÓN	NJyGw29QT22AOIho4QVond7qlinPp3	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	