

ANEXO VII

METODOLOGÍA DETERMINACIÓN DEL PRESUPUESTO BASE DE LICITACIÓN

El objeto del presente contrato es el servicio de conceptualización, diseño, creación, desarrollo y entrega de las creatividades para una campaña de promoción de la Costa Blanca, y adaptaciones necesarias durante el periodo de vigencia del contrato, con el objetivo de promover y aumentar la visibilidad del destino turístico en los mercados objetivo.

Se prevé la realización de una campaña genérica con los trabajos descritos en el punto 3 "Descripción y características del servicio" del Pliego de Prescripciones Técnicas. Esta creatividad genérica será la base para la realización de las adaptaciones de la campaña genérica que se realicen a lo largo del periodo de vigencia del contrato en los mercados y soportes que se determinen para cada una de las campañas, hasta un máximo de 200 adaptaciones.

Para la determinación del presupuesto base de licitación del contrato se ha seguido la siguiente estimación de un modelo metodológico:

- Estimación de los **costes de personal**, para ello se han tenido en cuenta definidos en las tablas salariales del Convenio colectivo de empresas de publicidad recogidos en la Resolución de 2 de agosto de 2022, de la Dirección General de Trabajo, por la que se registra y publica el Acta sobre revisión y tablas salariales para los años 2022 a 2025 del Convenio colectivo estatal para las empresas de publicidad.
- Estimación de las **categorías profesionales** requeridas para la realización de las campañas de publicidad.
- Considerando el **porcentaje de tiempo de dedicación** por parte del personal a este tipo de contratos y sus categorías profesionales, los costes salariales para un periodo de un año, se cifraría en la cantidad de 33.726,80 €.
- A esta cantidad se le ha agregado el importe estimado de las cuotas de la Seguridad Social a cargo de la empresa (33%), lo que se cifra en 11.129,84 € resultando así un total de 44.856,64 €.
- Se han estimado los **costes directos** (producción, servicios de fotografía y vídeo y traducciones) por importe de 3.100.00 €.
- La estimación de **costes indirectos** (oficina control de calidad, administración, dirección, financieros, seguros, amortizaciones, etc,...) se ha realizado a través del concepto de gastos generales, con un porcentaje del 10% de los costes salariales y directos.
- Finalmente se han sumado todos los costes y se han multiplicado por un 6% de **beneficio industrial** estimado, agregándole posteriormente en **IVA**, según el siguiente desglose de gastos:

	Nivel	Salario anual	% dedicación	Coste anual
Director de Marketing	1	25.139,19 €	30%	7.541,76 €
Director creativo	2	22.347,49 €	30%	6.704,25 €
Director de producción audiovisual, digital y gráfica	2	22.347,49 €	30%	6.704,25 €
Ejecutivo de cuentas	3	21.294,24 €	30%	6.388,27 €
Ejecutivo de cuentas	3	21.294,24 €	30%	6.388,27 €
Total				33.726,80 €
Cuotas SS				11.129,84 €
COSTES SALARIALES				44.856,64 €
Costes producción servicios fotografía y vídeo				1.500,00 €
Costes traducciones				1.600,00 €
COSTES DIRECTOS				3.100,00 €
Gastos generales (10%)				4.795,66 €
COSTES INDIRECTOS Y OTROS GASTOS				4.795,66 €
TOTAL COSTES				52.752,30 €
BENEFICIO INDUSTRIAL (6%)				3.165,14 €
PRESUPUESTO BASE DE LICITACIÓN				55.917,44 €
IVA AL 21%				11.742,66 €
TOTAL				67.660,10 €

El referido presupuesto base de licitación se desglosa de la siguiente manera, conforme a los antecedentes que figuran en este organismo:

- A. Un máximo del **80% del presupuesto de licitación** para el desarrollo de los trabajos relativos a:
1. Desarrollo de un concepto creativo general de la campaña
 2. Diseño y producción de materiales gráficos y audiovisuales
 - 2.1.- Materiales gráficos
 - 2.2.- Materiales Audiovisuales
 - 2.3.- Cuñas de radio
 - 2.4.- Redacción de textos con contenido de la campaña
- B. Un máximo del **20% del presupuesto de licitación** para el desarrollo de los trabajos relativos a las adaptaciones a los diferentes soportes y medios, que se realicen a lo largo del periodo de vigencia del contrato en los mercados y soportes que se determinen para cada una de las acciones, con un máximo de 200 adaptaciones, con el siguiente desglose para cada adaptación:

- Adaptaciones de piezas gráficas: invitaciones, tarjetones, folletos, cartel, display, inserciones publicitarias, gráficas para anuncios, banners en sus diferentes dimensiones, posts de imágenes y posts en redes sociales, adaptaciones para gráficas de stands, escenografías y material para eventos, con un máximo de 50,00 € por adaptación, sin IVA.
- Adaptaciones de piezas de vídeo: vídeos para redes sociales y presentaciones profesionales, con un máximo de 400,00 € por adaptación, sin IVA.
- Adaptaciones de piezas de radio: cuñas de radio, con un máximo de 200€ por adaptación, sin IVA.
- Precio por palabra traducida: máximo de 0,15€ por palabra. sin IVA.

En resumen:

TRABAJOS	PRESUPUESTO SIN IVA	IVA (21%)	PRESUPUESTO CON IVA
<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollo de un concepto creativo general de la campaña • Diseño y producción de materiales gráficos y audiovisuales (80%) 	44.733,95 €	9.394,13 €	54.128,08 €
<ul style="list-style-type: none"> • Adaptaciones a los diferentes soportes y medios (20%) 	11.183,49 €	2.348,53 €	13.532,02 €
TOTAL GLOBAL	55.917,44 €	11.742,66 €	67.660,10 €

Desglosándose los precios unitarios máximos para cada uno de los trabajos de adaptaciones a los diferentes soportes y medios de la siguiente manera:

Precio unitario adaptación pieza gráfica	Máximo 50,00 €, sin IVA.
Precio unitario adaptación pieza vídeo	Máximo 400,00 €, sin IVA.
Precio unitario adaptación cuña de radio	Máximo 200,00 €, sin IVA.
Precio por palabra traducida	Máximo 0,15 €, sin IVA.

Documento firmado digitalmente