

ÁREA DE TRANSICIÓN ECOLÓGICA Y DEPORTES

RESPUESTA A LA COMISIÓN DE CONTROL Y FISCALIZACIÓN		
REF.: SERVICIO: LIPASAM	GRUPO POLÍTICO GRUPO POPULAR	Fecha: 29/05/2020
PREGUNTA: <ol style="list-style-type: none"> 1. ¿Qué contrataciones se han efectuado en concepto de publicidad, campañas divulgativas, campañas informativas o bandos, desde el 1 de enero de 2020 hasta la fecha de celebración de la presente Comisión de Control y Fiscalización del Gobierno? 2. ¿Qué empresas han sido las adjudicatarias de las correspondientes contrataciones? 3. ¿Cuál ha sido el objeto de los distintos contratos? 4. ¿Cuál ha sido el importe de cada uno de ellos? 5. ¿Cuánto se ha destinado a medios convencionales- prensa, radio, televisión? 6. ¿Cuánto se ha destinado a medios digitales – páginas web y redes sociales? 7. ¿Cuánto se ha destinado a soportes publicitarios – móviles y fijos-? 		
<ol style="list-style-type: none"> 1. Con fecha 21 de enero de 2020, se ha efectuado la contratación de soportes publicitarios y acciones de marketing digital para la realización de las campañas que conforman un Plan de Medios que tiene previsto desarrollar LIPASAM a lo largo de 2020. Con fecha 13 de mayo de 2020, se ha efectuado la contratación de un Plan de Comunicación Digital. 2. La adjudicataria del contrato para el desarrollo de un Plan de Medios, ha sido la empresa Proximia Havas S.L. La adjudicataria del Plan de Comunicación Digital ha sido la empresa Family Different S.L. 3. El objeto del contrato relativo al desarrollo de un Plan de Medios, es la contratación y puesta disposición de LIPASAM de los soportes publicitarios y acciones de marketing digital necesarios, para el desarrollo de las campañas de publicidad institucional que tiene previsto realizar durante 2020. El objeto del contrato relativo al Plan de Comunicación Digital es la Gestión de acciones de marketing digital a través del Portal Web de LIPASAM, la publicación de contenidos y dinamización de los perfiles de LIPASAM en redes Sociales y la Planificación, Contratación y desarrollo de Acciones de Marketing Digital. 4. El importe de la contratación para el desarrollo de un Plan de Medios, asciende a 484.000,00 euros. Por su parte, el importe de la contratación del Plan de Comunicación Digital, asciende a 90.533,20 €. 5. La cantidad destinada a cada tipo de medio se define en función de las características, objetivos y necesidades de cada una de las campañas que se ponen en marcha. Hasta la fecha, y con cargo a los citados contratos, se ha efectuado una campaña para informar a la ciudadanía y solicitar su colaboración con motivo de la crisis del COVID-19, en la que se han invertido 38.330,85 euros. De ellos, se han destinado a medios convencionales 34.035,35 euros, con el siguiente desglose: 		

ÁREA DE TRANSICIÓN ECOLÓGICA Y DEPORTES

Medio	Inversión/€
Prensa Impresa	7.204,02
Prensa Digital	12.140,53
Radio	10.990,73
Televisión	3.700,05
TOTAL	34.035,35

6. En acciones marketing digital, se han invertido 3.617,90 €.
7. En soportes de publicidad exterior, se han invertido 677,60 €.

Código Seguro De Verificación:	RkF7jzZ1RLlitA/F+oEQng==	Estado	Fecha y hora
Firmado Por	Jose Luis David Guevara Garcia	Firmado	08/06/2020 13:51:10
Observaciones		Página	2/2
Url De Verificación	https://www.sevilla.org/verifirmav2/code/RkF7jzZ1RLlitA/F+oEQng==		

