

LOGO EMPRESA	<b>SOLICITUD DE COTIZACIÓN CENTRAL DE MEDIOS</b>
-----------------	--

<b>Empresa</b>		<b>Nit</b>	
<b>Contacto</b>		<b>Cargo</b>	
<b>Rep. Legal</b>		<b>C.C. Rep. Legal</b>	
<b>E-Mail</b>		<b>numeros de contacto</b>	
<b>Dirección</b>			

items	CONCEPTO COMISIÓN DE AGENCIA	Porcentaje de la comisión de agencia
1	% Medios nacionales, regionales y/o locales Masivos (televisión, radio, prensa, revistas y sitios.com) Se aplica sobre los valores cotizados antes de IVA	
2	% RRSS (programatica, Meta, Google y otras plataformas) Se aplica sobre los valores cotizados antes de IVA	
3	% Medios comunitarios, alternativos y/o emergentes. Se aplica sobre los valores cotizados antes de IVA (sin importar la cantidad)	
4	% DOOH (Digital Out Of Home / Indoor) - Publicidad exterior Se aplica sobre los valores cotizados antes de IVA	
5	% Medios internacionales. Se aplica sobre los valores cotizados antes de IVA.	
6	% Campañas influencer marketing Se aplica sobre los valores cotizados antes de IVA	
7	% pago a terceros	

OBSERVACIONES	
1	Los porcentajes de comisión de agencia, se calcularan sobre el valor neto, que constituye la tarifa bruta menos el descuento ofertado, antes del
2	Se considera <b>influencer marketing</b> a una persona con un número significativo de seguidores en redes sociales y con capacidad para influir en las decisiones de su audiencia gracias a su credibilidad, autoridad o conocimiento en un área específica. Utiliza plataformas digitales para generar contenido e interés en productos, servicios o marcas. Se espera que el desarrollo de las estrategias con influenciadores sea end-to-end, es decir, que gestione y abarque todas las etapas del proceso: planificación, creación de contenido, implementación, seguimiento y medición de resultados.
3	Se entiende por <b>pagos a terceros</b> : - Los pagos a personas naturales o jurídicas que requiera de manera específica el cliente para llevar a cabo servicios como los siguientes, sin ser los únicos: Influencer marketing, mail marketing y whatsapp marketing, creación de contenidos, realización de podcasts posicionados, locución de copies, creación de contenidos editoriales, creación de obras artísticas, presentadores, actores, músicos, artistas, etc. - Los pagos correspondientes a todas las negociaciones directas de pauta (o alianzas) que realiza el cliente con medios de comunicación convencionales, alternativos, comunitarios y emergentes. Lo anterior obedece a que las negociaciones y acuerdos directos entre cliente y medios, representan un impacto en los ingresos para el contratista Canal por exclusión en la negociación. - El valor correspondiente al pago a terceros podrá representar hasta el 20 % del valor total del contrato a suscribir, con cargo a los recursos del mismo. Dichos valores serán reconocidos, previa justificación, al momento de la facturación y el pago, como reembolso de costos y gastos.
4	Los descuentos aplican sobre las tarifas publicadas de los medios y para pauta convencional unicamente, no aplica para paquetes y formatos
5	<b>Medio Comunitario:</b> Se entiende por medio comunitario aquel que busca educar, informar y transmitir mensajes en beneficio de la comunidad a la que pertenece. Pueden ser emisoras de radio, prensa escrita, digital o canales de televisión de alcance reducido. Estos medios promueven la participación ciudadana, fortalecen la identidad y el sentido de pertenencia, y permiten que la comunidad sea tanto geeneradora como receptora de contenidos, contribuyendo al desarrollo social, cultural y democrático del territorio.
6	Cualquier ítem que sea requerido por fuera del anexo técnico, será revisado por parte del Canal para determinar el porcentaje de comisión de
7	Considerando las dinámicas del mercado, Canal Capital podrá sugerir proveedores en los estudios de mercado que requiera, o cuando la agencia no tenga proveedores de ejecución de pauta; siempre que dicha inclusión genere beneficios para la entidad en términos comerciales, financieros o de ejecución, y se realice en cumplimiento de los principios de transparencia y eficiencia. En consecuencia, esta acción no se considerará un pago a terceros.

<b>LOGO EMPRESA</b>	<b>SOLICITUD DE COTIZACIÓN CENTRAL DE MEDIOS</b>
-------------------------	--

<b>Empresa</b>		<b>Nit</b>	
<b>Contacto</b>		<b>Cargo</b>	
<b>Rep. Legal</b>		<b>C.C. Rep. Legal</b>	
<b>E-Mail</b>		<b>numeros de contacto</b>	
<b>Dirección</b>			

items	CONCEPTO PORCENTAJE DE DESCUENTO (Para clientes de Canal Capital)	Porcentaje de descuento para los clientes de Canal Capital
<b>1</b>	<b>% TV Nacional</b> Se aplica sobre los valores cotizados antes de IVA	
<b>2</b>	<b>% TV regional o local</b> Se aplica sobre los valores cotizados antes de IVA	
<b>3</b>	<b>% Radio Cadena Nacional</b> Se aplica sobre los valores cotizados antes de IVA	
<b>4</b>	<b>% Radio Cadena Local</b> Se aplica sobre los valores cotizados antes de IVA	
<b>5</b>	<b>% Prensa Nacional</b> Se aplica sobre los valores cotizados antes de IVA	
<b>6</b>	<b>% Prensa regional o local</b> Se aplica sobre los valores cotizados antes de IVA	

OBSERVACIONES	
<b>1</b>	Los descuentos aplican sobre las tarifas publicadas de los medios y para pauta convencional unicamente, no aplica para paquetes ni formatos

**SECCION HERRAMIENTAS**

Se espera que la agencia ofrezca herramientas de planificación sin costo adicional que no solo validen su experiencia, sino que también sean fundamentales para desarrollar una estrategia de medios efectiva. Dichas herramientas deben permitir una planeación precisa para el mercado de la región centro del país.

A partir de la línea 10 inserte líneas y enumere herramientas adicionales que sirvan para la planeación en la región centro del país específicamente Bogotá con las que cuente su organización.

Nombre	Descripción	Contrato Directo con el proveedor o subcontratado	Observaciones
<b>TGI CHOICES</b>			
<b>IWKS</b>			
<b>MMW</b>			
<b>ECAR</b>			
<b>COMSCORE</b>			

**Observaciones:** El uso de las herramientas aplica para los planes y pauta ejecutados en el marco del objeto contractual, de requerirse un análisis para servicios prestados fuera se solicitará al contratista presentar cotización por la prestación de este servicio adicional.

**TARIFAS REDES SOCIALES**

ITEM	MEDIO	PLATAFORMA	FORMATO	VALOR SIN IVA
1	DIGITAL	FACEBOOK	CPM	
2	DIGITAL	INSTAGRAM	CPM	
3	DIGITAL	FACEBOOK E INSTAGRAM	CPM	
4	DIGITAL	TIKTOK	CPM	
5	DIGITAL	X	CPM	
6	DIGITAL	YOUTUBE	CPM	
7	DIGITAL	FACEBOOK	CPV	
8	DIGITAL	INSTAGRAM	CPV	
9	DIGITAL	FACEBOOK E INSTAGRAM	CPV	
10	DIGITAL	TIKTOK	CPV	
11	DIGITAL	X	CPV	
12	DIGITAL	YOUTUBE	CPV	
13	DIGITAL	FACEBOOK	CPC	
14	DIGITAL	INSTAGRAM	CPC	
15	DIGITAL	FACEBOOK E INSTAGRAM	CPC	
16	DIGITAL	TIKTOK	CPC	
17	DIGITAL	SPOTIFY	CPM	
18	DIGITAL	LINKEDIN	CPM	
19	DIGITAL	SPOTIFY	CPV	
20	DIGITAL	LINKEDIN	CPV	
21	DIGITAL	SPOTIFY	CPC	
22	DIGITAL	LINKEDIN	CPC	
22	DIGITAL	PROGRAMATICA	CPM	
23	DIGITAL	GOOGLE DISPLAY	CPM	
24	DIGITAL	GOOGLE	CPC	
25	DIGITAL	APLICACIONES (WAZE, RAPPI, DIDI ENTRE OTROS)	CPM	

**SECCION VALORES AGREGADOS Y COMPLEMENTOS****OBJETIVO E INSTRUCCIONES GENERALES**

Indicar los valores agregados que ofrecería a Canal Capital en caso de ser contratado, que contribuyan a mejorar el servicio, la rentabilidad y la actualización constante frente a los diversos desafíos de la comunicación, el mercado y la industria publicitaria.

**MEDIA VALUE DEVOLUTION (MVD) Diligenciar en % (INCENTIVOS)**

Media Value Devolution es un término (a menudo interno o utilizado en negociaciones específicas) que se refiere a la devolución del valor de medios o al traslado de beneficios al cliente final.

En esencia, representa la diferencia o el beneficio económico que una agencia de medios o un comprador de pauta esta en capacidad de devolver o trasladar al cliente (Canal Capital) una vez que ha aplicado todos los descuentos, negociaciones especiales, bonificaciones por volumen, o acuerdos de rebate que obtuvo de los medios de comunicación (periódicos, canales de TV, radio, digitales, etc.).

Para el calculo se tomara como base el valor neto ordenado al medio de comunicación antes de TVA, comisiones e impuestos.

	VALORES AGREGADOS	% O CANTIDAD	OBSERVACIONES
1	% MVD (devolucion de volúmenes)		Relacionar el % de devolución a Canal Capital sobre toda la ordenación realizada por la agencia, esta deberá descontarse de cada una de las facturas generadas al canal.
2	CAPACITACIONES (jornadas digitales)		Relacionar la cantidad de capacitaciones ofrecidas para la entidad durante el plazo del contra
3	% DE PAUTA BONIFICADA		Relacionar el % minimo de pauta bonificada a la entidad, la cual aplicará para los items 1 y 2 de la hoja % COMISIÓN AGENCIA (Medios nacionales, regionales y/o locales Masivos (televisión, radio, prensa, revistas y sitios.com) y RRSS).