

UN GRAN PAÍS EMPIEZA  
A PONERSE EN MARCHA  
Y SUS CONSUMIDORES TAMBIÉN



# vivimos una situación sin precedentes

INFORME DE LA OCDE >

## El peso de las pymes hace más vulnerable a España ante el impacto del Covid-19

- Las firmas de hasta 250 empleados aportan el 61% del valor a la economía y el organismo considera que estas empresas son las que más riesgo corren de cerrar

FORO MEDCAP

**“En estos momentos es importante conseguir visibilidad para las pequeñas y medianas empresas”**

**Los empleados de las pequeñas y medianas empresas, los más afectados por la crisis del COVID-19**



La crisis actual va a forzar a numerosas empresas a cambiar sus procesos de producción, desarrollar nuevos productos y lanzar nuevas marcas a sus consumidores.

A person wearing a white shirt and a dark vest is holding a wooden door handle with their right hand. In their left hand, they hold a white sign with black text that reads "WELCOME WE ARE OPEN PLEASE COME IN". The sign is slightly tilted. The background is dark and out of focus.

La publicidad es  
**ESENCIAL**  
para reactivar  
la economía

el momento es ahora



# los que se han publicitado durante la crisis...

**93%**  
VALORA COMO POSITIVO EL ESFUERZO DE LAS MARCAS

LAS INICIATIVAS LLEVADAS A CABO POR LA EMPRESA PRIVADA TIENEN UN EFECTO POSITIVO EN LA IMAGEN DE MARCA

**75%**

CONSIDERACION DE COMPRAR MAS ESAS MARCAS DESPUES DE LA CRISIS DEL COVID19

**81%**

INCREMENTO DE NOTORIEDAD TV MÁXIMOS HISTÓRICOS PARA LAS MARCAS QUE COMUNICAN

**35%**

**TD**  
SYSTEMS

**x7**  
VENTAS

DESPUES DE SU ACCIÓN CON EL DPTO DE NUEVOS NEGOCIOS DE ATRESMEDIA

# se han visto recompensados.



EL **93%** DE LAS  
MARCAS QUE SE  
ANUNCIAN EN  
TELEVISIÓN

**REPITEN**



# Sabemos que invertir en marca es imprescindible para la recuperación...

DESDE ATRESMEDIA HEMOS DESARROLLANDO UN PROYECTO INTEGRAL DE MÁXIMO APOYO A LA REACTIVACIÓN ECONOMICA.

PORQUE AHORA MÁS QUE NUNCA ES EL MOMENTO DE INVERTIR EN FUTURO, PORQUE **LAS QUE SE PUBLICITAN DURANTE LAS GRANDES CRISIS SON LAS QUE MÁS REFORZADAS SALEN.**

**...pero también sabemos que hacerlo es más difícil que nunca.**

# ¿y por qué este programa?

Estamos ante una crisis económica sin precedentes, y, por experiencia, sabemos que el presupuesto que más sufre y el que más se recorta es el de comunicación y publicidad. Por ello, vemos esencial lanzar este proyecto para ayudar a las empresas familiares a seguir generando marca y a salir de la crisis lo más rápido posible.

**YA LO HEMOS HECHO** CON INICIATIVAS COMO...

## **CUÍDATE EN CASA**

HEMOS AYUDADO A LAS MARCAS A ANIMAR A LOS ESPECTADORES CON MENSAJES POSITIVOS, MOTIVADORES E IDEAS ÚTILES PARA LA CUARENTENA

## **GRACIAS VALIENTES**

LAS MARCAS DIERON UN HOMENAJE A ESAS PERSONAS QUE HABITUALMENTE PASAN MÁS DESARPECIBIDAS Y SON INDISPENSABLES

## **SOMOS UN GRAN PAÍS**

LAS GRANDES MARCAS SE UNIERON CON UN MENSAJE CLARO Y MOTIVADOR PARA LA SOCIEDAD Y NOSOTROS LES DIMOS ESA VENTANA DE EXPOSICIÓN QUE NECESITABAN

# pero no ha sido suficiente...

Porque se han quedado muchas empresas por el camino que no han podido participar en estas iniciativas y que necesitan un impulso o ayuda para poder hacerlo.


Y por eso lanzamos este programa. Para esas empresas que todavía no han podido trabajar con nosotros y por tanto, tampoco conocen los beneficios de hacerlo. Ahora es momento de ayudar a los que más lo necesitan.

- Queremos darles visibilidad.
- Queremos que construyan su marca y no se queden atrás.
- Queremos que se recuperen lo más rápidamente posible de la crisis.
- Queremos que los espectadores sepan que están ahí.
- Queremos que los espectadores les recuerden.

En definitiva, queremos darles la oportunidad de tener un espacio que quizá de ninguna otra forma podrían tener.



# Nuestra propuesta

Instituto de la  Empresa Familiar

Un acuerdo de colaboración con el Instituto de la empresa Familiar por el que Atresmedia destina **3,95 millones de euros** a través de un programa de 54 ayudas.

Dichas ayudas se destinarán a la emisión del spot (**Programa Transforma**), complementado con ayudas a la producción y la opción de acceder a modelos de participación en el negocio (**Programa Venture**), ofreciendo así a los asociados del IEF y de las Asociaciones Territoriales vinculadas, facilidades para reactivar la actividad comercial y la comunicación.

- Orientada a pequeñas y medianas empresas al día de sus obligaciones laborales y fiscales que **no hayan hecho previamente comunicación comercial en televisión en Atresmedia.**
- En el caso de empresas con mayor tamaño pero que no hayan hecho publicidad con nosotros anteriormente, no habrá problema por incluirlas en el programa.

**<250  
EMPLEADOS**

**<50 MM €  
FACTURACIÓN**

**MÍNIMO 1 AÑO  
ANTIGÜEDAD**

# PROGRAMA TRANSFORMA

- En total, constan de cuatro paquetes diferentes de un total de 54 ayudas destinadas a la emisión del spot.
  - **24 Ayudas del 50% por un valor de la campaña de 100.000 € = 50.000 € ayuda otorgada por campaña**
  - **15 Ayudas del 67% por un valor de la campaña de 150.000 € = 100.000 € ayuda otorgada por campaña**
  - **5 Ayudas 50% por un valor de la campaña de 200.000 € = 100.000 € ayuda otorgada por campaña**
  - **10 Ayudas 50% por un valor de la campaña de 150.000 € = 75.000 € ayuda otorgada por campaña**
- Además, en el caso de que las empresas a las que se les ha otorgado la ayuda hagan una **re inversión en los 12 meses siguientes** en nuestros medios, se le **concederá automáticamente una ayuda** equivalente al coste de la producción del spot con un máximo de 20.000 €.
- El programa incluye servicios de asesoramiento, seguimiento, planificación y post-evaluación de las campañas.
- Compromiso de **exclusividad posterior de 14 meses.**

# CÁLCULO DE LAS AYUDAS

| Nº CAMPAÑAS | AYUDA OTORGADA | PORCENTAJE DE AYUDA | COSTE DE LA CAMPAÑA | INVERSIÓN DE LAS EMPRESAS | COSTE TOTAL CAMPAÑAS | IMPORTE TOTAL AYUDAS ATRESMEDIA |
|-------------|----------------|---------------------|---------------------|---------------------------|----------------------|---------------------------------|
| 24          | 50.000 €       | 50%                 | 100.000 €           | 50.000 €                  | 2.400.000 €          | 1.200.000 €                     |
| 15          | 100.000 €      | 67%                 | 150.000 €           | 50.000 €                  | 2.250.000 €          | 1.500.000 €                     |
| 5           | 100.000 €      | 50%                 | 200.000 €           | 100.000 €                 | 1.000.000 €          | 500.000 €                       |
| 10          | 75.000 €       | 50%                 | 150.000 €           | 75.000 €                  | 1.500.000 €          | 750.000 €                       |
| 54          |                |                     |                     |                           | 7.150.000 €          | 3.950.000 €                     |

**VALOR TOTAL DE LAS AYUDAS**

**3.950.000 €**



# PROCESO DE SELECCION

- Un jurado de expertos serán los encargados de seleccionar a las empresas. El jurado estará compuesto por representantes del área de Publicidad, del área de Estrategia y del área de Diversificación de Atresmedia, que contarán con la ayuda del Instituto de la Empresa Familiar.
- Las condiciones que se evaluarán para la elección de las empresas serán las siguientes:
  - Historia y análisis de la empresa:
    - Facturación
    - Número de empleados
    - Antigüedad
    - Estar al corriente de las obligaciones fiscales
  - Análisis cualitativo (producto, política de distribución y análisis de la comunicación comercial previa de la empresa).
- Las empresas deberán comunicar en las solicitudes si se presentan a la totalidad de las ayudas o descartan alguna de las opciones.
- El plazo para el envío de solicitudes se abrirá en **diciembre**, de un mínimo de 15 días a un máximo de un mes.
- El programa se llevará a cabo en el caso de que haya **un mínimo de 25 empresas** que hayan solicitado las ayudas.

# PROGRAMA VENTURE

- A las empresas que aspiren al “Programa Transforma”, se les ofrece la posibilidad de trabajar conjuntamente con el área de nuevos negocios de Atresmedia para buscar modelos de colaboración alternativos (participación en ingresos, margen, etc.)
- Podrán aplicar aquellas marcas y productos que estén dispuestos a entrar en un **modelo de relación de negocio conjunto**.
- En el caso de que deseen optar al “Programa Venture”, las empresas tendrán que indicarlo. Para ello, deberán entregar un plan de negocio donde se describa el potencial del proyecto así como una descripción que acredite la capacidad logística y de inventariado. Atresmedia evaluará el plan de negocio de la compañía. En caso de no concederles el “Programa Venture”, optarán al “Programa Transforma”. De igual manera, si a la compañía se le concede el “Venture”, no podrá optar al “Transforma”.
- Las campañas serán de un **máximo de 150.000 €**.
- Compromiso de **exclusividad posterior de 14 meses**.



# Ayudas a la producción

Atresmedia puede facilitar la producción del spot en condiciones favorables.

## EJEMPLO 1

- Edición de imágenes facilitadas por el cliente
- Cambio de locución, incluye faldón gráfico o cierre comercial

COSTE DE PRODUCCIÓN ORIENTATIVO

**de 1.000 a 5.000 €**

## EJEMPLO 2

- Desarrollo idea creativa/guión
- Edición con imágenes facilitadas por el cliente o compra en banco de imágenes
- Postproducción (edición, color, sonido y grafismo)
- Locución profesional

COSTE DE PRODUCCIÓN ORIENTATIVO

**de 5.000 a 10.000 €**

## EJEMPLO 3

- Desarrollo idea creativa/guión/storyboard
- Grabación del spot (realización, producción, equipo técnico...)
- Postproducción (edición, color, sonido y grafismo)
- Locución profesional

COSTE DE PRODUCCIÓN ORIENTATIVO

**a partir de 10.000 €**



# Proceso de planificación

Una vez que Atresmedia haya seleccionado las marcas con las que trabajará, comenzará el proceso de planificación, que se basará en una atención individualizada con cada empresa, y consistirá en:

## ASESORAMIENTO

Desde el primer momento, al anunciante se le asignará un:

- Ejecutivo de ventas propio
- Representante de producción propio
- Representante de planificación propio
- Ejecutivo de marketing propio

Que le acompañarán y asesorarán durante todo el proceso de emisión y con los que el anunciante tendrá comunicación continua.

## PLANIFICACIÓN

El anunciante deberá transmitirnos sus necesidades de comunicación y el público al que desea impactar.

Y, en base a ello, Atresmedia le ofrecerá una propuesta de planificación siempre dirigida a maximizar los beneficios del cliente. La propuesta de planificación detallará:

- Periodo óptimo de emisión
- Día, franja, soporte (TV, web...), canales del grupo Atresmedia (A3, LaSexta, Neox...), programas específicos... dependiendo del público objetivo y de las necesidades particulares del cliente.
- Porcentaje de primetime adecuado
- Número de pases del spot durante el periodo de la campaña
- Número de impactos que tendrá la campaña, etc.

Atresmedia hará un seguimiento exhaustivo de las campañas y una correspondiente evaluación de resultados, y, en caso de que el rendimiento no fuese el esperado, Atresmedia se compromete a mover la planificación, siempre significando esto una mejora para los resultados del cliente.

En caso de discrepancia sobre alguna de las cuestiones de la planificación (programas en los que se emitirá el spot, franja horaria, etc) Atresmedia se reservará la decisión final sobre la planificación, siempre velando por los beneficios del cliente.

# ¿Y la marca empresa familiar?

- En caso de llegar a un acuerdo, se pueden plantear distintas posibilidades, como por ejemplo:
  - Aparecer en el spot emitido de la empresa mediante la superposición del logo de la asociación territorial correspondiente en la parte superior derecha de la pantalla durante todo el spot.
  - Posibilidad de aparición de un mosaico con todos los logos de las distintas asociaciones territoriales correspondientes y del IEF al final del spot.
  - Aparición de marca e imagen en nuestros informativos u otros programas de información donde se dará a conocer la iniciativa conjunta creada por Atresmedia y el IEF junto con las asociaciones territoriales.
  - Posibilidad de celebración de un evento en Atresmedia con el Instituto de la Empresa Familiar y con los Directores Generales de las empresas a las que se les han otorgado las ayudas como acto de entrega simbólica de dichas ayudas.
  - Emisión de las imágenes de dicho evento en Informativos.
- Por otra parte, toda iniciativa que tenga que ver con este programa de ayudas, ya sean publicaciones o cualquier otra forma de darlo a conocer por cualquiera de las partes, deberá llevar el nombre tanto del IEF/asociaciones territoriales como de Atresmedia.



# Ejemplos de planificación

Dos targets de compra en TV: Responsable de Compra del Hogar (RCH) y Adultos +16.

**ADULTOS**

**RCH**

| A3    | LA SEXTA | NEOX  | MULTI |
|-------|----------|-------|-------|
| 34,0% | 38,0%    | 15,0% | 13,0% |

| A3    | LA SEXTA | NEOX | MULTI |
|-------|----------|------|-------|
| 54,0% | 17,0%    | 4,0% | 25,0% |

**56%**  
PRIME TIME

**35%**  
PRIME TIME



# Ejemplos de campañas

Los dos targets de compra en TV: Responsable de Compra del Hogar (RCH) y Adultos +16. Planteamos tres escenarios con los dos targets de compra y distinto volumen de inversión.

## ADULTOS

**56**

GRPs\*

**44**

PASES DEL SPOT

**1,8**

FMC\*

**21M**

IMPACTOS TOTALES

**111**

GRPs\*

**88**

PASES DEL SPOT

**2,5**

FMC\*

**42M**

IMPACTOS TOTALES

**166**

GRPs\*

**131**

PASES DEL SPOT

**3,3**

FMC\*

**62M**

IMPACTOS TOTALES

Fuente: Kantar Media. Pyb. Estimación basada en Junio 2020. Adultos 56% PT

\* GRPs: unidad de medida utilizada en planificación publicitaria.

\* FMC: número medio de impactos por persona



# Ejemplos de campañas

Los dos targets de compra en TV: Responsable de Compra del Hogar (RCH) y Adultos +16. Planteamos tres escenarios con los dos targets de compra y distinto volumen de inversión.

**RCH**

**100**

GRPs\*

**79**

PASES DEL SPOT

**2,3**

FMC\*

**17M**

IMPACTOS TOTALES

**200**

GRPs\*

**157**

PASES DEL SPOT

**3,6**

FMC\*

**35M**

IMPACTOS TOTALES

**300**

GRPs\*

**236**

PASES DEL SPOT

**4,8**

FMC\*

**53M**

IMPACTOS TOTALES

Fuente: Kantar Media. Pyb. Estimación basada en Junio 2020. RCH 35% PT

\* GRPs: unidad de medida utilizada en planificación publicitaria.

\* FMC: número medio de impactos por persona

# BENEFICIOS PARA LAS EMPRESAS

## TRANSFORMA

Ayudas a la emisión

Ayuda con carácter retroactivo a la producción del spot

Ayudas desde 50 K € hasta 100 K €

Análisis del sector

Financiación del 50 al 67% de las campañas

Posibilidad de publicitarse en Atresmedia

Elección del mejor soporte para la campaña

Riesgo compartido Atresmedia

Asesoramiento durante todo el proceso

Planificación de la campaña

Seguimiento de la campaña

Post-evaluación de la campaña

## VENTURE

Ayudas a la emisión

Ayuda con carácter retroactivo a la producción del spot

Ayudas de hasta 100 K €

Análisis del sector

Financiación de la totalidad de la campaña

Posibilidad de publicitarse en Atresmedia

Elección del mejor soporte para la campaña

Riesgo compartido por Atresmedia

Asesoramiento durante todo el proceso

Planificación de la campaña

Seguimiento de la campaña

Post-evaluación de la campaña



UN GRAN PAÍS EMPIEZA  
A PONERSE EN MARCHA  
Y SUS CONSUMIDORES TAMBIÉN

