# MEMORIA JUSTIFICATIVA DE LA CONTRATACIÓN DEL DESARROLLO DE LAS ARTES CREATIVAS DE LAS CAMPAÑAS DE PUBLICIDAD INSTITUCIONAL DESTINADAS A INFORMAR A LA CIUDADANÍA CON MOTIVO DE LA CELEBRACIÓN DE ELECCIONES AL PARLAMENTO DE ANDALUCÍA 2019

| |
|---|
| **Denominación del Contrato:** Desarrollo de las artes creativas de las Campañas Institucionales destinadas a informar a la ciudadanía de la celebración de Elecciones al Parlamento de Andalucía 2019. |

| |
|---|
| **Tipo de contrato:** Contrato de Servicio. (Artículo 17 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/UR, de 26 de febrero de 2014, en adelante, LCSP). |
| **Tramitación:** Ordinaria |
| **Procedimiento:** Abierto. Artículo 156 de la LCSP |

## 1. Objeto de Contrato:

El objeto del presente contrato es el desarrollo de las artes creativas de las campañas de publicidad institucional que resulta necesario realizar con motivo de la celebración de las elecciones al Parlamento de Andalucía 2019.

El adjudicatario se encargará del diseño, la realización y el desarrollo de las artes creativas de las campañas de publicidad que, con motivo de las elecciones, se emitirán en los distintos medios (Radio y TV) de titularidad pública.

Requisitos de contenido

- Las campañas deberán ser percibidas claramente como una información de carácter institucional destinadas a facilitar el ejercicio del derecho de sufragio.
- Quedarán excluidos todo tipo de mensajes que puedan interpretarse como una incentivación para promover la participación electoral.
- Las imágenes y lenguaje irán dirigidos al ciudadano medio en edad de votar y su contenido será claro y directo.

Cada campaña deberá informar de un contenido concreto:

1.- Campaña institucional destinada a informar a la ciudadanía de la fecha y procedimiento de la votación.
2.- Campaña institucional destinada a informar a los electores que se encuentren temporalmente en el extranjero en las elecciones a Parlamento de Andalucía 2019.



| MORALES MARIA DOLORES GALLARDO BLANCO | | 06/07/2018 | PÁGINA 1 / 7 |
|---|---|---|---|
| VERIFICACIÓN | NJyGw6R2L0j931yEG9T4FqN4YHBDc1 | https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma | |

3.- Campaña destinada a informar sobre el procedimiento de votación a los electores residentes permanentemente en el extranjero en las elecciones al Parlamento de Andalucía 2019.
4.- Campaña institucional destinada a informar a los electores sobre la exposición y rectificación de las listas del censo electoral.
5.- Campaña institucional destinada a informar a las personas ciegas o con discapacidad visual grave, conocedoras del sistema Braille, sobre el procedimiento para ejercer su derecho al voto mediante la utilización de documentación complementaria en sistema Braille.

## 2. Justificación del contrato y necesidad a satisfacer. Insuficiencia de medios.

Con motivo de la próxima terminación del período previsto de normal duración de la legislatura en marzo de 2019 y la correspondiente celebración de elecciones al Parlamento de Andalucía, y en aplicación de lo dispuesto en los artículos 39 de la L.O. 5/1985, de 19 de junio, del Régimen Electoral General, mediante el cual y a partir del sexto día posterior a la convocatoria de las elecciones, y durante un plazo de ocho días, se procederá a la exposición pública de las listas del censo electoral, período durante el cual los electores podrán formular reclamaciones sobre sus datos censales, y el artículo 50.1 de la citada Ley Orgánica, mediante el cual el Consejo de Gobierno tiene el propósito de realizar campañas institucionales destinadas en primer lugar, a informar a los electores residentes permanentemente en el extranjero sobre la fecha de votación, así como el procedimiento, requisitos, trámites y plazos para ejercer su derecho al voto, en segundo lugar a informar a los electores temporalmente en el extranjero sobre las mismas cuestiones reseñadas anteriormente para los electores residentes permanentes en el extranjero. En tercer lugar, a través de dichas campañas se persigue por el Consejo de Gobierno, informar sobre la existencia de un procedimiento de voto accesible que facilite a las personas con discapacidad visual el ejercicio del derecho de sufragio.

Al carecer de medios propios para realizar las distintas actividades que componen el objeto del contrato, es necesario acudir a la contratación externa del servicio con alguna de las empresas especializadas en el sector, siendo esta fórmula de realización de la prestación objeto del contrato la más adecuada, al proporcionar una solución integral a las necesidades expuestas en párrafos anteriores.

## 3. Motivación del procedimiento de licitación.

La adjudicación del contrato, mediante el procedimiento abierto, con carácter general, por lo que se preceptúa en el artículo 156 de la LCSP, a los efectos de que quede garantizada la efectividad de los principios de publicidad, concurrencia, transparencia, confidencialidad, igualdad y no discriminación.

## 4.- Memoria Económica.

El presupuesto de licitación correspondiente a la contratación del desarrollo de las artes creativas de todas las campañas institucionales responden al precio de mercado del sector audiovisual y publicitario, en la que se incluye la preparación, planificación y difusión a los medios de titularidad pública, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 50 de la Ley Orgánica 5/1985, de 19 de junio, del Régimen Electoral General.



| MORALES MARIA DOLORES GALLARDO BLANCO | | 06/07/2018 | PÁGINA 2 / 7 |
|---|---|---|---|
| VERIFICACIÓN | NJyGw6R2L0j931yEG9T4FqN4YHBDc1 | https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma | |

En el precio se incluyen las propuestas de bocetos, preparación y producción y además del precio de salida del mercado por este servicio audiovisual y se ha utilizado como mecanismo objetivo para la determinación del precio la evolución del sector en la tecnología, con software y hardware muchos menos complejos, y donde en la cadena de producción interviene menos recursos humanos del que se producía en el año 2015.

En el cálculo del precio de adjudicación se han tenido en cuenta los costes derivados de la aplicación de las normativas laborales vigentes, así como los costes que se derivan de la ejecución material de los servicios, los gastos generales de estructura y el beneficio industrial, donde se incluyen en el apartado de los medios de producción.

Toda la justificación del expediente se ha seguido bajo los parámetros del artículo 116 de la LCSP y se desarrollan en el epígrafe 6ª de la presente Memoria, al exponer el valor estimado de la presente contratación.

De forma general el objeto del contrato tiene estos parámetros económicos:

| **Presupuesto de licitación** ( IVA excluido) | ***IVA*** | ***Total con IVA*** |
|---|---|---|
| Lote1: 40.600€ | | |
| Lote 2: 40.600€ | Lote1: 8.526€ | Lote1: 49.126€ |
| Lote 3: 40.600€ | Lote 2: 8.526€ | Lote 2: 49.126€ |
| Lote 4: 40.600€ | Lote 3: 8.526€ | Lote 3: 49.126€ |
| Lote 5: 40.600€ | Lote 4: 8.526€ | Lote 4: 49.126€ |
| Importe máximo de licitación: 203.000€ | Lote 5: 8.526€ | Lote 5: 49.126€ |
| | **TOTAL: 42.630 €** | **TOTAL: 245.630 €** |
| En letra: (IVA excluido): Doscientos tres mil euros | | |

**Desglose de gastos :**

Para todos los lotes:

- Creatividad y Diseño: 30.000 €
- Medios de producción y gastos generales: 10.600€

## 5. Justificación de los criterios de adjudicación.

De conformidad con lo dispuesto en el artículo 145 de la LCSP, la adjudicación del contrato se realizará utilizando una pluralidad de criterios de adjudicación en base a la mejor relación calidad-precio, a la eficacia en la prestación del suministro, atendiendo principalmente a la naturaleza del contrato.

Para este contrato se valorará el diseño, realización y desarrollo de nuevas artes creativas para las diferentes campañas que se contienen en el Pliego de Prescripciones Técnicas.



| MORALES MARIA DOLORES GALLARDO BLANCO | | 06/07/2018 | PÁGINA 3 / 7 |
|---|---|---|---|
| VERIFICACIÓN | NJyGw6R2L0j931yEG9T4FqN4YHBDc1 | https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma | |

Para ello deberán especificar o desarrollarse los siguientes aspectos:

1) Indice enunciando numéricamente la documentación contenida en dicho sobre.
2) Descripción de cada una de las campañas, haciendo especial referencia:
- Claridad del mensaje.
- Identificación precisa con el objetivo de la campaña.
- Impacto, notoriedad y originalidad de la propuesta creativa.
-Coordinación entres las diferentes campañas objeto del contrato con el proceso electoral convocado.
3) Modelo de la propuesta creativa ofertada para cada una de las campañas que contenga ejemplo de SPOT para TV y de CUÑA de RADIO. En todo caso, estos modelos deberán presentarse obligatoriamente en un formato CD, DVD o almacenamiento compatible análogo.

Para este contrato, se valorará la proposición económica, hasta un máximo de 55 puntos de conformidad con la siguiente fórmula que se aplicará será la siguiente:

$$X = \frac{Max \times (PL - Of)}{PL - OMB}$$

siendo,

PL= Presupuesto de Licitación (en euros)
Max= Puntuación máxima de la proposición económica
OMB= Oferta Más Baja (en euros)
Of= Oferta económica de la empresa (en euros)

Justificación de la formula: Teniendo en cuenta la naturaleza del gasto y la prestación del contrato, se justifica esta formula al considerarla la más proporcional.

Criterios de adjudicación valorados mediante un juicio de valor. Se valorarán con un máximo de 45 puntos según los siguientes criterios:

| CRITERIOS VALORABLES | MÁXIMO PUNTOS |
|---|---|
| **Claridad del mensaje**. Se valorará que el mensaje a transmitir sea fácilmente comprensible y que se trasmita de manera sencilla, clara y directa. | 10 |
| **Identificación con el objetivo de la campaña:** Se valorará la utilización de recursos que permitan, al conjunto de la ciudadanía, una correcta identificación y asimilación del objetivo de la campaña. | 10 |
| **Impacto, notoriedad y originalidad de la propuesta creativa:** Se valorará la creatividad aplicada en el diseño y desarrollo de la propuesta, en la medida en que redunde en un mayor impacto y notoriedad del mensaje. | 10 |



| MORALES MARIA DOLORES GALLARDO BLANCO | | 06/07/2018 | PÁGINA 4 / 7 |
|---|---|---|---|
| VERIFICACIÓN | NJyGw6R2L0j931yEG9T4FqN4YHBDc1 | https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma | |

| | |
|---|---|
| **Accesibilidad y diseño** para todos los usuarios, profundidad, eficiencia y eficacia con el contenido del Manual de Identidad Corporativa de la Junta de Andalucía. | 5 |
| **Recursos ofertados y sistema de trabajo propuesto.** Se desglosa del modo siguiente:<br>-Fuentes de datos a emplear y software de tratamiento de la información (2 puntos).<br>-Mecánica de trabajo y forma de presentar las artes creativas en la relación con la Administración (2 puntos).<br>-Personal asignado al contrato (1 punto). | 4 |
| **Seguimiento y evaluación de resultados de la campaña**: Descripción de las actividades de difusión con la finalidad de que el servicio sea conocido por el mayor número potencial de usuarios posible, con el cumplimiento, en su caso, de los requerimientos de la normativa vigente en materia electoral que le resultasen aplicables. Por cada acción, 1 punto.<br>Descripción de las actuaciones encaminadas a la mejora de la calidad en la prestación del servicio: realización de auditorías, encuestas de satisfacción, espacios de supervisión profesional, uso de protocolos de atención a los usuarios: Por cada acción, 1 punto. | 4 |
| Mantener un sistema de **Gestión de Calidad y Ambiental** que proporcione el mecanismo para superar las expectativas de los anuncios y que sea conforme a los requisitos de las normas ISO 9001 e ISO 14001. Por cada certificado un punto. | 2 |

## 6. Valor estimado, Precio del contrato e Imputación presupuestaria.

El precio total máximo del contrato asciende a la cantidad de 203.000 €, (IVA excluido), que constituye el límite máximo del gasto que puede suponer para la Administración el referido contrato, con cargo a la aplicación 1400.03.0000 G/22B/22705/00/01 – "Procesos Electorales" - del programa presupuestario 22B, denominado "Interior, Emergencias y Protección Civil".

| **Presupuesto de licitación** ( IVA excluido) | ***IVA*** | ***Total con IVA*** |
|---|---|---|
| Lote1: 40.600€<br>Lote 2: 40.600€<br>Lote 3: 40.600€<br>Lote 4: 40.600€<br>Lote 5: 40.600€<br>Importe máximo de licitación: 203.000€ | Lote1: 8.526€<br>Lote 2: 8.526€<br>Lote 3: 8.526€<br>Lote 4: 8.526€<br>Lote 5: 8.526€<br>**TOTAL: 42.630 €** | Lote1: 49.126€<br>Lote 2: 49.126€<br>Lote 3: 49.126€<br>Lote 4: 49.126€<br>Lote 5: 49.126€<br>**TOTAL: 245.630 €** |
| En letra: (IVA excluido): Doscientos tres mil euros | | |

Para la determinación del precio de licitación se han tenido en cuenta los siguientes factores:

**1.-** La creatividad y diseño en las artes creativas: 30.000 €. Su precio a tanto alzado ha sido determinado por los distintos estudios de mercado que ofrece el sector y el Valor Publicitario Equivalente (AVE por sus siglas en inglés), y en todo caso respetando el margen de la propiedad intelectual de los distintos trabajos, y de forma global los materiales a utilizar en dicha creación. Aquí se determinan por los indicadores



| MORALES MARIA DOLORES GALLARDO BLANCO | | 06/07/2018 | PÁGINA 5 / 7 |
|---|---|---|---|
| VERIFICACIÓN | NJyGw6R2L0j931yEG9T4FqN4YHBDc1 | https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma | |

y desarrollo del trabajo que ofrece el sector de la publicidad en toda elaboración de una campaña publicitaria conforme al objeto del presente contrato, cuya finalidad es extraordinaria y poco ejecutable en el tiempo. Para llegar a una efectiva creación hace falta icrear varias etapas: La de investigación, creación y la implantación de una marca. Eso es una trabajo de equipo, y se genera un producto, que valora de forma global estos indicadores:

- Presencia.
- Tipo de medio / credibilidad del medio.
- Contenido / mensajes clave / atributos de marca
- Alcance / viralidad

**2.-** Medios de producción: 10.600€. En este apartado se incluye, las herramientas de hardware y software utilizadas y todos aquellos gastos que genere el coste de personal de las empresas, respetando las condiciones que exige el Convenio colectivo del sector de empresas de publicidad, publicado mediante Resolución de la Dirección General de Empleo de fecha 3 de febrero de 2016. También se incluye los gastos generales de la empresa en la prestación del servicio y el beneficio industrial.

**3.-** Por supuesto se ha previsto igualmente en el precio máximo de licitación el incremento del tipo impositivo general del Impuesto sobre el Valor Añadido, del 21%.

La suma de todos los conceptos conforma el precio máximo de licitación por lote. -

El precio estimado es acorde con lo que se demanda en el pliego y conforme a los estándares que exige el mercado libre, y valorando lo adjudicado en las últimas elecciones celebradas el 22 de marzo de 2015, - que se copiaron las artes creativas utilizadas en el 2012 - y se ha ajustado a las necesidades reales del servicio.

Anualidades:

| Año | Importe | Posición Presupuestaria |
|---|---|---|
| **2018** | **2.500** | **1400030000 G/22B/22705/00 01** |
| **2019** | **243.130** | **1400030000 G/22B/22705/00 01** |

## 7. Plazo de Duración.

La ejecución del contrato se extenderá durante 3 meses, comenzando a computarse desde la fecha en que se formalice la firma del contrato.



| MORALES MARIA DOLORES GALLARDO BLANCO | | 06/07/2018 | PÁGINA 6 / 7 |
|---|---|---|---|
| VERIFICACIÓN | NJyGw6R2L0j931yEG9T4FqN4YHBDc1 | https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma | |

**8. Órgano de Contratación.**

La Secretaría General Técnica como órgano directivo de la Consejería, en virtud de lo dispuesto en la Orden de 21 de diciembre de 2016, por la que se delegan competencias en distintos órganos y se publican delegaciones de competencias de otros órganos de la Consejería de Justicia e Interior.

**9. Eficiencia e idoneidad en el contrato. Clausulas Sociales. Solvencia Técnica y económica.**

La Directiva 2014/24/UE señala que la contratación pública desempeña un papel clave en la Estrategia Europa 2020, siendo uno de los instrumentos basados en el mercado que deben utilizarse para conseguir un crecimiento inteligente, sostenible e integrador, garantizando al mismo tiempo un uso más eficiente de los fondos públicos, facilitando la participación de las pequeñas y medianas empresas en la contratación pública y permitiendo que los contratantes utilicen mejor la contratación pública en apoyo de objetivos sociales comunes.

Por ese motivo el órgano de contratación velará por la eficiencia y el mantenimiento de los términos acordados en la ejecución del contrato, y se favorecerá la agilización de trámites, valorará la incorporación de consideraciones sociales, medioambientales y de innovación como aspectos positivos en los procedimientos de contratación pública, y promoverá la participación de la pequeña y mediana empresa y el acceso sin coste a la información, en los términos previstos en el artículo 28 de la LCSP.

Asimismo, se velará por aplicar al presente contrato el Acuerdo de 18 de octubre de 2016, del Consejo de Gobierno de la Junta de Andalucía, por el que se impulsa la incorporación de cláusulas sociales y ambientales en los contratos de la Comunidad Autónoma de Andalucía.

Como determina la LCSP, la solvencia económica y financiera requerida deberá resultar proporcional al objeto contractual de conformidad con lo establecido en el artículo 74.2, no debiendo en ningún caso suponer un obstáculo a la participación de las pequeñas y medianas empresas.

**LA ADJUNTA AL DIRECTOR GENERAL,**
**Fdo.: María Dolores Gallardo Blanco-Morales**




| | | | |
|---|---|---|---|
| MORALES MARIA DOLORES GALLARDO BLANCO | | 06/07/2018 | PÁGINA 7 / 7 |
| VERIFICACIÓN | NJyGw6R2L0j931yEG9T4FqN4YHBDc1 | https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma | |