MEMORIA JUSTIFICATIVA SOBRE LA NECESIDAD Y OPORTUNIDAD DE CONTRATAR EL SERVICIO CUYO OBJETO ES LA PLANIFICACIÓN DE MEDIOS Y COMPRA DE ESPACIOS PUBLICITARIOS EN PRENSA, RADIO Y TELEVISIÓN, ASÍ COMO EJECUCIÓN DE LOS PLANES DE MEDIOS PARA LAS ACCIONES DE COMUNICACIÓN DE LA CONSEJERÍA DE LA PRESIDENCIA, ADMINISTRACIÓN PÚBLICA E INTERIOR DE LA JUNTA DE ANDALUCÍA.
(EXPDTE. REF. CONTR/2019/43770)

1.- ANTECEDENTES Y FUNDAMENTOS QUE JUSTIFICAN LA ACTUACIÓN.

El artículo 1.K) del Decreto 99/2019, de 12 de febrero, por el que se establece la estructura orgánica de la Consejería de la Presidencia, Administración Pública e Interior, atribuye a ésta la "la dirección y coordinación de las políticas de comunicación para la presencia institucional de la Junta de Andalucía, y de las políticas sobre medios de comunicación social y del sector audiovisual en Andalucía.".

Asimismo, el artículo 11 del precitado Decreto, en sus apartados b) y c), atribuye a esta Dirección General, por un lado, la dirección, planificación y desarrollo de la comunicación de la acción institucional de la Junta de Andalucía, como la elaboración de las correspondientes normas y directrices de aplicación, y, por otro, la dirección de la estrategia de su imagen institucional, como la coordinación y seguimiento para el correcto uso y aplicación de su Identidad Corporativa.

En fecha 04/05/2017 se formalizó con la empresa adjudicataria un contrato compuesto por dos lotes (Lote 1: Prensa, impresa y digital; Lote 2: Radio y Televisión), con una duración de 12 meses, y que actualmente se encuentra en su prórroga hasta el 03 de mayo de 2019. Cada lote fue adjudicado por una cuantía de 2.000.000 EUR (iva incl) a una agencia de medios, ganadora de ambas licitaciones. Dada la necesidad de continuar con las actuaciones objeto del anterior contrato una vez finalice, y teniendo en cuenta los plazos que la tramitación de un nuevo expediente de contratación de estas características conlleva por Normativa, se considera de interés solicitar el inicio del correspondiente procedimiento de contratación a fin de dotar de continuidad a los servicios que se vienen prestando.

En los presentes pliegos se incrementa el importe en el lote de prensa, en 1.000.000 EUR (iva incl) respecto a la anterior licitación, por entenderse necesario estar en un mayor número de soportes, sobre todo de prensa digital, para poder hacer llegar los mensajes a la ciudadanía de manera eficaz, al tratarse de un sector muy dinámico y cuyo mercado ha sufrido un significativo crecimiento con la aparición de nuevas cabeceras. El presupuesto del segundo lote, no obstante, no sufre incremento por persistir la estructura y dimensión de ese sector de los medios de comunicación a nivel regional.

El objeto del contrato que se pretende someter a licitación es la planificación estratégica y compra de espacios publicitarios en los medios de prensa (tanto impresa como digital), de radio y de televisión, así

como la ejecución y seguimiento de las acciones de comunicación y de las campañas informativas y divulgativas que la Consejería de la Presidencia, Administración Pública e Interior de la Junta de Andalucía quiera llevar a cabo en las materias de las competencias que tiene atribuidas. En este caso comprenderá la gestión de las acciones transversales de comunicación institucional de la Junta de Andalucía en dichos medios de comunicación, a excepción de las correspondientes a los procesos electorales, las financiadas con fondos comunitarios y las desarrolladas por los entes instrumentales. No se incluyen en el objeto de licitación los trabajos de diseño y creatividad.

2.- OBJETO DEL CONTRATO Y CÓDIGO CPV.

El objeto del presente contrato es la planificación estratégica y compra de espacios publicitarios en los medios prensa (tanto impresa como digital), radio y televisión, así como la ejecución y seguimiento de las acciones de comunicación y de las campañas informativas y divulgativas que la Consejería de la Presidencia, Administración Pública e Interior de la Junta de Andalucía quiera llevar a cabo en el marco de las competencias que tiene atribuidas.

El Código CPV del contrato es el 79341000-6 (Servicios de publicidad).

3.- INFORME DE INSUFICIENCIA DE MEDIOS.

Este centro directivo carece de los medios personales y materiales necesarios para la ejecución de los trabajos a realizar, los cuáles requieren, dada la naturaleza de dichas tareas, de una empresa especializada en la planificación de medios, compra de espacios publicitarios y evaluación de resultados, lo que requiere una infraestructura y un conocimiento técnico que no posee esta Dirección General, siendo necesario licitar el servicio.

4.- PROCEDIMIENTO DE LICITACIÓN Y JUSTIFICACIÓN DE LA DIVISIÓN EN LOTES.

-De conformidad con lo previsto en el artículo 131.2 de la Ley de Contratos del Sector Público el procedimiento de adjudicación será el abierto, utilizando una pluralidad de criterios de adjudicación basados en el principio de mejor relación calidad-precio. Al superar el valor estimado del contrato los umbrales fijados por la normativa, este contrato de servicios estará sujeto a una regulación armonizada.

La elección de dicho procedimiento tiene la intención de garantizar la libre concurrencia y la transparencia, de forma que se facilite la presentación de ofertas a todas las empresas que cumplan los requisitos de solvencia técnica y económica, excluyendo toda negociación de los términos del contrato con las personas/entidades licitadoras.

-Conforme al artículo 99.3 de la Ley de Contratos del Sector Público, y como ya hizo en anteriores licitaciones, procede el fraccionamiento del objeto del contrato mediante la realización independiente de cada uno de los dos lotes en que se divide (Lote 1: PRENSA; Lote 2: RADIO Y TELEVISIÓN), susceptibles de utilización separada al constituir servicios respecto de los cuáles se pretende buscar la empresa más adecuada para cada uno de dichos ámbitos, comprendiendo la totalidad de ellos la comunicación a realizar por la Dirección General de Comunicación Social en dichos medios.

5.- RESPONSABLE DEL CONTRATO.

Se propone como responsable del contrato al Jefe del Gabinete de Comunicación Institucional, de esta Consejería de la Presidencia, Administración Pública e Interior, al que corresponderá supervisar su

ejecución y adoptar las decisiones y dictar las instrucciones necesarias con el fin de asegurar la correcta realización de la prestación pactada.

6.- DURACIÓN DEL CONTRATO Y VALORACIÓN ECONÓMICA DEL GASTO.

-El plazo de ejecución del contrato será de un año (12 meses), salvo que con anterioridad se agote el presupuesto de cada lote, pudiendo prorrogarse, por mutuo acuerdo de las partes, por un plazo máximo igual al inicial (12 meses).

Dicho plazo de ejecución comenzará el día 01 de septiembre de 2019, o en la fecha de formalización del contrato si ésta fuera posterior.

-El presupuesto de la contratación será de 4.132.231,40 Euros más 867.768,60 Euros correspondientes al 21% de IVA, con el siguiente desglose en lotes y distribución en anualidades (IVA incluido):

N.º Lote	IMPORTE TOTAL	Año 2019	Año 2020
LOTE 1	3.000.000 €	1.500.000,00 €	1.500.000,00 €
LOTE 2	2.000.000 €	1.000.000,00 €	1.000.000,00 €

-El valor estimado del contrato será de 8.264.462,81 Euros, y responde al importe máximo a ejecutar -se contempla una posible prórroga por un periodo máximo igual al inicial- en inserciones publicitarias en dos años, incluyendo la comisión de agencia, habiéndose estimado la ejecución de 10 campañas de publicidad institucional en el periodo de 12 meses, con un importe medio de campaña de 300.000,00 EUR incluido IVA en prensa y 200.000,00 EUR incluído IVA en radio/tv.

Debe tenerse en cuenta que conforme a la Disposición adicional trigésima tercera de la LCSP (Contratos de suministros y servicios en función de las necesidades), en los contratos de servicios con presupuesto limitativo, en los cuales el empresario se obligue a entregar una pluralidad de bienes o a ejecutar el servicio de forma sucesiva y por precio unitario, sin que el número total de entregas o prestaciones incluidas en el objeto del contrato se defina con exactitud al tiempo de celebrar este, por estar subordinadas las mismas a las necesidades de la Administración, deberá aprobarse un presupuesto máximo.

-La posición presupuestaria a la que se imputará el gasto será la G/52C/609.05, ya que, según lo dispuesto en la Orden de 3 de julio de 2012, de la Consejería de Hacienda y Administración Pública, los gastos de información, divulgación y publicidad que afecten a varios ejercicios deben imputarse al Capítulo VI, siendo éste el supuesto.

Por todo ello, se propone el inicio de la tramitación del correspondiente expediente de contratación para la adjudicación mediante procedimiento abierto, de la ejecución de los trabajos objeto del contrato y descritos en el Pliego de Prescripciones Técnicas que se adjunta.

Se anota que los asesores técnicos del Gabinete de Comunicación Institucional han participado en la redacción de la documentación técnica del presente contrato.

EL DIRECTOR GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL.