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, TELEVISIÓN, PUBLICIDAD EXTERIOR Y CINE, ASÍ COMO EJECUCIÓN DE LOS PLANES DE MEDIOS PARA LAS ACCIONES DE COMUNICACIÓN DE LA CONSEJERÍA DE PRESIDENCIA, ADMINISTRACIÓN PÚBLICA E INTERIOR DE LA JUNTA DE ANDALUCÍA.
(EXPDTE. REF. CONTR/2019/709255)

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 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 06/09/2019 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 ejecución, si bien está previsto que se agote su presupuesto al final del primer trimestre de 2020. Los lotes fueron adjudicados por una cuantía de 3.000.000 EUR y 2.000.000 EUR (iva incl) -respectivamente- 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 a la mayor brevedad del correspondiente procedimiento de contratación a fin de dotar de continuidad a los servicios que se vienen prestando.

En los presentes pliegos se incrementan significativamente los importes del primer y segundo lote (prensa; radio y televisión), reflejando la mayor asignación de crédito a este fin fijada por la Ley 6/2019, de 19 de diciembre, del Presupuesto de la Comunidad Autónoma de Andalucía para el año 2020, añadiéndose además un tercer lote para publicidad exterior y salas de cine que completará en esos ámbitos la difusión de ciertas campañas. El lote 1 (prensa) contará con un mayor disponible por entenderse necesario estar en un mayor número de soportes, sobre todo de prensa digital, pudiéndose hacer llegar los mensajes a la ciudadanía de manera eficaz, por 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, más reducido, responde a la persistencia de la estructura y dimensión de ese sector de los medios de comunicación a nivel regional. Además, y en línea con el contexto general del mercado, se ha previsto un mayor peso de la inversión publicitaria en radio frente a televisión.

Por otro lado, en este contrato este Centro directivo opta por solicitar una oferta económica desglosada por soportes, no un descuento promedio sobre tarifas como en años anteriores, buscándose así favorecer la transparencia y la libre política comercial de cada grupo de comunicación. Esto lleva a la creación de unas tablas que cada licitador tendrá que rellenar, con el total de la puntuación de la oferta económica desglosada por soportes. Para distribuir esa puntuación entre un abanico amplio en cada lote, donde se asigna distinto peso a cada soporte, se acude criterios relacionados fundamentalmente con el ámbito geográfico de actuación y sus cifras actuales de audiencia.

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, publicidad exterior y cine, 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. 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 europeos y las desarrolladas por los entes instrumentales. No se incluyen en el objeto de licitación los trabajos de 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, exterior y cine, así como la ejecución y seguimiento de las acciones de comunicación y de las campañas informativas y divulgativas de la Consejería de la Presidencia, Administración Pública e Interior de la Junta de Andalucía.

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 tres lotes en que se divide (Lote 1: PRENSA; Lote 2: RADIO Y TELEVISIÓN, Lote 3: PUBLICIDAD EXTERIOR Y CINE), 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 15 de mayo de 2020, o en la fecha de formalización del contrato si ésta fuera posterior.

-El presupuesto de la contratación será de 10.743.801,65 Euros, más 2.256.198,35 Euros correspondientes al 21% de IVA, con el siguiente desglose en lotes y distribución en anualidades (IVA incluido):

LOTE Nº	2020	2021
LOTE 1 (PRENSA DIGITAL E IMPRESA)	4.500.000,00 €	2.000.000,00 €
LOTE 2 (RADIO Y TELEVISIÓN)	3.600.000,00 €	1.600.000,00 €
LOTE 3 (PUBLICIDAD EXTERIOR Y CINE)	900.000,00 €	400.000,00 €
Total	**9.000.000,00 €**	**4.000.000,00 €**

-El valor estimado del contrato será de 21.487.603,31 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 15 campañas de publicidad institucional en el periodo de 12 meses en prensa, radio y tv, con un importe medio de campaña de aprox. 358.126,72 EUR más IVA en prensa y 286.501,38 EUR más IVA en radio/tv, comisión de agencia incluida. Con cargo al Lote 3 (exterior y cine) se estiman 3 campañas por un importe medio aprox. de 358.126,72 EUR más IVA, comisión de agencia incluida.

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. A la fecha existe disponibilidad presupuestaria para iniciar el expediente.

A la vista de lo anterior, 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.

LA DIRECTORA GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL.