MEMORIA JUSTIFICATIVA SOBRE LA NECESIDAD Y OPORTUNIDAD DE CONTRATAR EL SERVICIO CUYO OBJETO ES LA PLANIFICACIÓN DE MEDIOS, EJECUCIÓN DE LOS PLANES DE MEDIOS Y COMPRA DE ESPACIOS EN SOPORTES PUBLICITARIOS PARA LAS ACCIONES DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL DE LA CONSEJERÍA DE AGRICULTURA, PESCA, AGUA Y DESARROLLO RURAL (CONTR 2023/721738)

1.- ANTECEDENTES Y FUNDAMENTOS QUE JUSTIFICAN LA ACTUACIÓN

La anteriormente denominada Consejería de Agricultura, Ganadería, Pesca y Desarrollo Sostenible de la Junta de Andalucía ha venido desarrollando anualmente distintas campañas de publicidad institucional y actuaciones de comunicación social mediante las cuales se da a conocer a la ciudadanía las actuaciones más significativas llevadas a cabo por los distintos centros directivos en el ámbito de sus competencias específicas. Todas estas actuaciones se concretan en acciones de comunicación institucional cuya finalidad es la información, la divulgación o la publicidad, o bien en campañas informativas, edición de catálogos, folletos u otros medios de divulgación, incluidos los de diseño de las ideas creativas.

En relación con lo anterior, y tras su adjudicación por procedimiento abierto, en fecha 8 de febrero de 2021 se formalizó un contrato de prestación de servicios (3 lotes) denominado "PLANIFICACIÓN Y COMPRA DE ESPACIOS PUBLICITARIOS EN PRENSA, RADIO Y TELEVISIÓN PARA LA DIFUSIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE LA CONSEJERÍA DE AGRICULTURA, GANADERÍA, PESCA Y DESARROLLO SOSTENIBLE" (CONTR. 2020/470610) por importe total de 311.430,40€ (lote 1), 352.270,08€ (lote2) y 201.067,52€ (lote 3) IVA incluido. En virtud de lo establecido en las cláusulas del mismo, el plazo de ejecución se establecía en 12 meses prorrogables, motivo por el cual dicho plazo de ejecución total expiró el pasado 7 de febrero de 2023.

Por otro lado, tras la publicación del Decreto del Presidente 10/2022, de 25 de julio, sobre reestructuración de Consejerías y, posteriormente, del Decreto 157/2022, de 9 de agosto, por el que se establece la estructura orgánica de la Consejería de Agricultura, Pesca, Agua y Desarrollo Rural (en adelante, la Consejería), se atribuye a su Secretaría General Técnica la *"… la coordinación de actuaciones en materia de divulgación, […] y la coordinación de la publicidad institucional y de la imagen corporativa de la Consejería [...]".*

Así pues, dada la necesidad de continuar con las actuaciones objeto del anterior contrato una vez éste ha finalizado, y teniendo en cuenta los plazos que la tramitación de un nuevo expediente de contratación de estas características conlleva, desde esa Secretaría General Técnica se considera de interés solicitar el inicio del correspondiente procedimiento de contratación con el fin de dotar de continuidad a los servicios que se vienen prestando, adecuándose asimismo al cambiante mercado de la publicidad y a los nuevos soportes publicitarios.

C/Tabladilla, s/n
41013 - Sevilla
Tlf.- 955032273
Email: sgt.capadr@juntadeandalucia.es

2.- OBJETO DEL CONTRATO Y CÓDIGO CPV

El objeto del presente contrato es la planificación estratégica y compra de espacios publicitarios en los diferentes soportes de los medios de comunicación de prensa digital e impresa, radio y televisión, en soportes de publicidad exterior y cine, en espacios publicitarios en redes sociales, así como la ejecución y seguimiento de las acciones de comunicación institucional y de las campañas informativas y divulgativas que la Consejería quiera llevar a cabo en tales medios en relación con las materias de las competencias que tiene atribuidas.

El objeto comprende por tanto la gestión de las acciones transversales de comunicación institucional de la Junta de Andalucía en dichos soportes publicitarios y medios de comunicación, a excepción de los correspondientes a los procesos electorales. No se incluyen en el objeto del contrato trabajos de creatividad.

Las campañas y acciones de comunicación institucional se desarrollarán, con carácter general, en el ámbito de la Comunidad Autónoma de Andalucía sin perjuicio de que, en función del contenido de las mismas y de sus objetivos de comunicación, desde la Consejería pueda establecerse un ámbito nacional, comarcal o local a determinadas acciones de comunicación.

El público objetivo destinatario será aquel que se determine para cada caso según el contenido de la acción de comunicación que se vaya a realizar.

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

3.- 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, que conlleva una infraestructura y un conocimiento técnico de la cual se carece, siendo necesario licitar el servicio.

A los efectos de conseguir los resultados pretendidos y ante la insuficiencia de medios humanos y su falta de especialización, los servicios que son objeto de la presente licitación solo pueden prestarse por empresas que reúnan las características técnicas especificadas en el Pliego de Prescripciones Técnicas por lo que desde el punto de vista de la eficacia y eficiencia del gasto público se justifica la idoneidad del modelo propuesto.

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

De conformidad con lo previsto en el artículo 131.2 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/UE, de 26 de febrero de 2014 (en adelante, Ley de Contratos), el

C/Tabladilla, s/n
41013 - Sevilla
Tlf.- 955032273
Email: sgt.capadr@juntadeandalucia.es

procedimiento de adjudicación será el abierto, utilizando una pluralidad de criterios de adjudicación basados en el principio de mejor relación calidad-precio. Superando su valor estimado el umbral fijado por la normativa vigente, este contrato está sujeto a 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 a lo dispuesto en el artículo 99.3 de la citada Ley de Contratos 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, radio y televisión** - **lote 2: exterior y cine** - **lote 3: redes sociales**), susceptibles de utilización separada al constituir servicios respecto de los cuales se pretende buscar la empresa más adecuada para cada uno de dichos ámbitos, comprendiendo la totalidad de ellos la comunicación a realizar por la Consejería.

Dada la evolución de los medios de comunicación hacia la integración de diversos soportes publicitarios tales como páginas web, emisoras de radiodifusión, podcasts, canales de televisión, contenidos audiovisuales incrustados en páginas webs, plataformas de contenidos audiovisuales a la carta, etc., se ha optado por agrupar en un primer lote (Lote 1) a todos los soportes publicitarios de los diferentes medios de comunicación de prensa digital y escrita, radio y televisión.

De otra parte se agrupan en un segundo lote (Lote 2) los soportes de publicidad exterior y la publicidad en el medio cine. Finalmente, en un tercer lote (Lote 3) se agrupan las actuaciones vinculadas a redes sociales.

Distribución anual por lotes (IVA incluido)

	2024	**2025**	**Partida presupuestaria**
Lote 1	230.000,00€	230.000,00€	1400010000 G/12S/65909/00 01
Lote 2	20.000,00€	20.000,00€	
Lote 3	50.000,00€	50.000,00€	
Total (IVA incluido)	**300.000,00€**	**300.000,00€**	**600.000,00€**

C/Tabladilla, s/n
41013 - Sevilla
Tlf.- 955032273
Email: sgt.capadr@juntadeandalucia.es

5.- RESPONSABLE DEL CONTRATO

Se propone como responsable del contrato a la Jefa del Gabinete de Comunicación de esta Consejería, Dª Mónica España Navarro, a la 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 dos años (24 meses) pudiendo prorrogarse, por mutuo acuerdo de las partes, por un plazo máximo igual a 12 meses. Dicho plazo de ejecución comenzará con la fecha de formalización del contrato. En todo caso el plazo de duración del contrato y sus prórrogas se ajustarán a lo establecido en el artículo 29 de la Ley de Contratos.

En el supuesto de que dentro de la vigencia del contrato y conforme a la DA33ª de la citada Ley de Contratos las necesidades reales fuesen superiores a las estimadas inicialmente para todos o cada uno de los lotes, se tramitará la correspondiente modificación que podrá alcanzar hasta como máximo un 20% del precio inicial.

El presupuesto de licitación de la contratación establecida será de 495.867,77 euros más 104.132,23 euros correspondientes al 21% de IVA para un total de 600.000,00 euros, según el desglose en lotes, asignación de partida presupuestaria y distribución por anualidades indicado en el apartado cuarto precedente.

Dicho presupuesto se calcula como el gasto máximo estimado para la ejecución de las distintas campañas y/o acciones de comunicación previstas durante la vigencia del contrato en cada uno de los tres lotes, hallado como el sumatorio del coste calculado (a precios de mercado actual y tomando como referencia pautas de inversión bajo las condiciones presentes en el sector) de los espacios publicitarios que compondrían cada una de esas campañas y/o acciones más la comisión de agencia que resulte de aplicación, la cual - más allá del margen comercial que pueda percibir gracias a su capacidad de negociación con los soportes en su actividad de compraventa de espacios publicitarios, y que no se puede conocer por ser secreto comercial implícito a esa actividad - viene a cubrir el gasto de los trabajos de planificación de medios, de cursado, de seguimiento de activación y desarrollo de campañas, o de evaluación de sus resultados.

Para ello tales campañas se han de clasificar en varios tipos según sus parámetros, cada uno con un importe estimado, conforme a requerimientos de frecuencia, cobertura,... establecidos según las distintas temáticas. El precio orientativo que se emplea para los distintos tipos de campaña se fundamenta en la experiencia de contrataciones previas, a precio de mercado según compras recientes con similar frecuencia, cobertura y demás requisitos contemplados para lograr una comunicación eficiente.
Como ya se ha indicado, dentro del cálculo del coste se incluye una comisión de agencia, que se valora en un 7,00% y que forma parte de los costes indirectos totales (estimados en un 15%) que son asumidos por el proveedor. Esta comisión se desagrega en los siguientes costes:

C/Tabladilla, s/n
41013 - Sevilla
Tlf.- 955032273
Email: sgt.capadr@juntadeandalucia.es

- Perfiles profesionales mínimos detallados en el Anexo I, apartado 4º del PCAP, salarios aplicables en los convenios de publicidad y horas de dedicación en base al desarrollo de acciones de comunicación propias.
- Costes estructurales para la buena ejecución del contrato (personal responsable del mismo, a saber: Director de cuentas, Jefe de Planificación, Planificador de medios ON, Planificador de medios OFF, Responsable de compras/seguimiento, Responsable de administración/facturación).
- Compra de espacios publicitarios (outsourcing).
- Gastos generales (transporte, mensajería, desplazamientos).
- Gastos financieros.
- Beneficio industrial.

Por otro lado, conviene reseñar que las condiciones comerciales de los soportes no son estables durante un año natural. Por ejemplo, cuando un soporte (gracias a un nuevo programa, un nuevo contenido o por la simple evolución de los hábitos de los consumidores) logra el liderazgo de su segmento en audiencia, puede modificar sus condiciones y renegociar los planes futuros con el objetivo de capitalizar su posición; del mismo modo, cuando un soporte ve disminuir su audiencia, puede flexibilizar sus condiciones para que los anunciantes no mermen su actividad en el mismo. Todo ello dificulta, a priori, definir qué soportes van a ser o no líderes en sus segmentos durante todo el año, y si van a sufrir grandes modificaciones en sus condiciones comerciales (espacios publicitarios que ofrecen y bajo qué condiciones). A pesar de que las condiciones del adjudicatario son fijas, un cambio en las tarifas repercutiría en estos planes que son objeto de licitación. Por tanto, para estimar el alcance de estos planes y campañas se parte de una simulación genérica e inicial con las condiciones de mercado vigentes, debiéndose recalcar que se trata de una estimación orientativa que podría modificarse con el paso de los meses.

En virtud de lo anterior y atendiendo a lo dispuesto en el primer párrafo de la DA 33ª de la Ley de Contratos (contratos de suministros y servicios en función de las necesidades) según la cual: *"En los contratos de servicios con presupuesto limitativo en los que 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 éste, por estar subordinadas las mismas a las necesidades de la Administración, deberá aprobarse un presupuesto máximo"*, se propone la siguiente distribución de costes por lote y anualidad que asciende a 247.933,88€ para un total de 495.867,77€:

Anualidad 2024

	Costes directos	**Costes indirectos** (15% s/Costes directos)	**Costes totales**
Lote 1	165.289,26€	24.793,38€	190.082,64€
Lote 2	14.372,98€	2.155,95€	16.528,93€
Lote 3	35.932,45€	5.389,86€	41.322,31€

C/Tabladilla, s/n
41013 - Sevilla
Tlf.- 955032273
Email: sgt.capadr@juntadeandalucia.es

Junta de Andalucía

Anualidad 2025

	Costes directos	**Costes indirectos** (15% s/Costes directos)	**Costes totales**
Lote 1	165.289,26€	24.793,38€	190.082,64€
Lote 2	14.372,98€	2.155,95€	16.528,93€
Lote 3	35.932,45€	5.389,86€	41.322,31€

El valor estimado del contrato asciende a 892.561,98 euros como resultado de contemplarse la posibilidad de que el mismo se prorrogue por un período de hasta 12 meses y que incluya una posible modificación al alza de hasta un máximo del 20%.

A la vista de todo lo anterior, se propone el inicio de la tramitación del correspondiente expediente de contratación para la adjudicación mediante procedimiento abierto (contrato sujeto a regulación armonizada) de la ejecución de los trabajos objeto del contrato y descritos en el Pliego de Prescripciones Técnicas.

LA JEFA DE GABINETE DE LA CONSEJERA
Fdo: Mónica España Navarro

C/Tabladilla, s/n
41013 - Sevilla
Tlf.- 955032273
Email: sgt.capadr@juntadeandalucia.es