

MEMORIA JUSTIFICATIVA.

OBJETO: 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 A CELEBRAR EN EL AÑO 2026.

EXPEDIENTE GIRO: CONTR 2025/519642

1. ANTECEDENTES Y FUNDAMENTOS QUE JUSTIFICAN LA ACTUACIÓN.

Con motivo de la próxima terminación del período previsto de normal duración de la legislatura en junio de 2026 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, y por último, 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.

2. OBJETO DEL CONTRATO Y CÓDIGO CPV.

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 2026.

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.

CRISTOBAL LEON RODRIGUEZ SANCHEZ		01/10/2025 13:09:11	PÁGINA: 1 / 13
VERIFICACIÓN	NJyGw1nNW6y4PgjB8x453o1YUSS17o	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



- Las imágenes y lenguaje irán dirigidos al ciudadano medio en edad de votar y su contenido será claro y directo.

Código CPV: 79341400-0 SERVICIOS DE CAMPAÑA DE PUBLICIDAD

3. INFORME DE INSUFICIENCIA DE MEDIOS.

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 apartados anteriores.

4. PROCEDIMIENTO DE LICITACIÓN Y JUSTIFICACIÓN DE LA NO DIVISIÓN EN LOTES.

Se propone la tramitación ordinaria del expediente mediante procedimiento abierto de conformidad con el artículo 156 y siguientes de la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Públicos, (en adelante LCSP), a los efectos de que quede garantizada la efectividad de los principios de publicidad, concurrencia, transparencia, confidencialidad, igualdad y no discriminación.

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).

De conformidad con lo dispuesto en el artículo 99 de la LCSP, este contrato no puede ser susceptible de división por lotes. Se dan las condiciones que establece la Junta Consultiva de Contratación Administrativa, al determinar que «el objeto del contrato debe estar integrado por todas aquellas prestaciones que estén vinculadas entre sí por razón de su unidad funcional imputada por una mejor gestión de los servicios públicos».

Se motiva tal decisión en que la realización independiente de las diversas prestaciones comprendidas en el objeto del contrato provocaría un riesgo para la correcta ejecución del contrato, al estimar que la necesidad de coordinar a los diferentes contratistas para los diversos lotes podría conllevar gravemente el riesgo de influir negativamente en una correcta eficacia en la ejecución adecuada del contrato, atendiendo a los plazos tan tasados que nos impone la legislación electoral. Un error grave en la ejecución del contrato con otro contratista supondría un grave perjuicio al interés general. Por ese motivo no es susceptible de división por lotes este contrato.

Esta intención de racionalizar y unificar la contratación con vistas a una mejor eficacia del objeto del contrato constituye una finalidad de interés general que justifica suficientemente la decisión discrecional del órgano de contratación de licitar un único contrato sin acordar en él la división en lotes pues la integración de todas las prestaciones de servicios en el contrato

CRISTOBAL LEON RODRIGUEZ SANCHEZ		01/10/2025 13:09:11	PÁGINA: 2 / 13
VERIFICACIÓN	NJyGw1nNW6y4PgjB8x453o1YUSS17o	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



Junta de Andalucía

tiene también sentido para incrementar su eficacia, la eficiencia en la ejecución de las prestaciones y, a su vez, aprovechar las economías de escala que posibilita dicha integración, en línea con lo dispuesto en la LCSP siendo así que todo ello forma parte de la libre voluntad del órgano de contratación que opta por un sistema integral de contratación.

Se exige tomar en consideración distintos aspectos para tal decisión, principalmente:

- 1) El incremento de la eficacia que supone la integración de todas las prestaciones en un único contrato sin división del mismo en lotes.
- 2) La mayor eficiencia y coordinación en la ejecución de las prestaciones resultante del tratamiento unitario del contrato.
- 3) El aprovechamiento de las economías de escala que posibilita el hecho de que todas las prestaciones se integren en un único contrato sin división en lotes.
- 4) La optimización de la ejecución global del contrato al ser el control de su cumplimiento más efectivo si el contrato se adjudica a una sola empresa y no a varias como podría ocurrir si se estableciesen lotes.

5. JUSTIFICACIÓN DE LOS CRITERIOS DE ADJUDICACIÓN, BAREMOS DE VALORACIÓN Y CONDICIONES ESPECIALES DE EJECUCIÓN.

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 servicio, 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.

En cuanto a la elección de los criterios de adjudicación y su ponderación, se ha basado en un análisis pormenorizado de las necesidades que se quieren cubrir y su propia naturaleza, debidamente justificada en el expediente, valorando en su globalidad la calidad, valor técnico, las características técnicas audiovisuales para este tipo de campañas, la parametrización de la producción y la capacidad de respuesta en la evaluación de resultados.

Para ello deberán especificar o desarrollarse los siguientes aspectos:

- 1) Índice enunciando numéricamente la documentación contenida

CRISTOBAL LEON RODRIGUEZ SANCHEZ		01/10/2025 13:09:11	PÁGINA: 3 / 13
VERIFICACIÓN	NJyGw1nNW6y4PgjB8x453o1YUSS17o	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	

2.- Descripción de cada una de las campañas, haciendo especial referencia a:

- Claridad del mensaje.
- Identificación precisa con el objetivo de la campaña.
- Impacto, notoriedad como fuente informadora y originalidad de la propuesta creativa. Justificación del enfoque creativo.
- Accesibilidad y diseño conforme al Manual de Identidad Corporativa de la Junta de Andalucía. Globalidad e integración del proyecto.
- Recursos empleados y sistemas de trabajo propuesto con fases claras: ideación, desarrollo, revisión y entrega. Cronograma de desarrollo de la campaña.
- Coordinación con la Consejería de la Presidencia, Interior, Diálogo Social y Simplificación Administrativa entre las diferentes campañas objeto del contrato. Se indicará una propuesta de reuniones periódicas y sucesivas para informar del avance de la campaña de información. Así mismo, se especificará el equipo profesional que se ocupará de la campaña, significando las funciones desempeñadas por cada uno, su coordinación y metodología.

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 compatible con la presentación electrónica o de dispositivo de almacenamiento compatible o análogo.

Criterios de adjudicación ponderables en función de un juicio de valor: 45 puntos.

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 al objeto de la campaña.	Hasta 20 puntos
Creatividad y originalidad: Se valorará la propuesta que capte la atención del público, utilizando recursos visuales, sonoros o narrativos innovadores, adaptando las piezas a los distintos canales de difusión con formatos adecuados y atractivos a la sociedad.	Hasta 15 puntos
Metodología de trabajo. Se desglosa del modo siguiente: 1.- Fuentes de datos y software de tratamiento de la información (hasta 5 puntos). Se valorará que la empresa identifique claramente qué fuentes de datos utilizará para fundamentar sus propuestas creativas (por ejemplo, estudios de audiencia, segmentación demográfica, tendencias en comunicación institucional). También se valorará el uso de herramientas profesionales de edición, análisis y gestión de proyectos (Adobe creative suite, Trello, Asana, herramientas de IA, etc). 2.- Mecánica de trabajo y relación con la Administración (hasta 3 puntos). Se valorará la propuesta de canales de comunicación eficaces con la Administración (reuniones	Hasta 10 puntos



periódicas, informes de avance, herramientas colaborativas).	
Se apreciará la claridad en la estructura del equipo asignado y la definición de roles (quien coordina, quien diseña, quien presenta).	
3.- Presentación de las artes creativas (hasta 2 puntos).	
Se valorará la forma en que se propone presentar los materiales: maquetas físicas, simulaciones digitales, previsualizaciones interactivas, etc.	
También se tendrá en cuenta la capacidad de adaptación a los formatos requeridos por la Junta de Andalucía (compatibilidad técnica, accesibilidad, etc).	

Criterios de adjudicación valorados mediante la aplicación de fórmulas: 55 puntos.

La máxima puntuación **55 puntos** la obtendrá la oferta económica más baja de las admitidas, y la mínima puntuación (0 puntos) la obtendrá la oferta económica que coincida con el presupuesto de licitación. Las ofertas intermedias tendrán la puntuación que les corresponda de acuerdo con un criterio de proporcionalidad lineal entre los valores máximos (máxima puntuación), y mínimos (mínima puntuación) indicados anteriormente.

Se aplicará la siguiente fórmula para la obtención de la puntuación (X) de cada oferta económica (Of) admitida:

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

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 fórmula al considerarla la más proporcional.

En umbral mínimo para continuar en el proceso selectivo será el 50 % de la puntuación del conjunto de los criterios cualitativos establecidos según juicios de valor, de conformidad con lo dispuesto en el punto 8.C. del PCAP (criterios de adjudicación valorados mediante la aplicación de fórmulas).

CRISTOBAL LEON RODRIGUEZ SANCHEZ		01/10/2025 13:09:11	PÁGINA: 5 / 13
VERIFICACIÓN	NJyGw1nNW6y4PgjB8x453o1YUSS17o	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	

Los parámetros objetivos en función de los cuales se apreciará, en su caso, que las proposiciones no pueden ser cumplidas como consecuencia de la inclusión de valores anormalmente bajos serán los siguientes:

En cuanto a la oferta considerada en su conjunto:

1. Cuando, concurriendo una sola persona licitadora, sea inferior al presupuesto base de licitación en más de 25 unidades porcentuales.
2. Cuando concurren dos personas licitadoras, la que sea inferior en más de 20 unidades porcentuales a la otra oferta.
3. Cuando concurren tres personas licitadoras, las que sea inferior en más de 10 unidades porcentuales a la media aritmética de las ofertas presentadas. No obstante, se excluirá para el cómputo de dicha media la oferta de cuantía más elevada cuando sea superior en más de 10 unidades porcentuales a dicha media. En cualquier caso, se considerará desproporcionada la baja superior a 25 unidades porcentuales.
4. Cuando concurren cuatro o más personas licitadoras, las que sean inferiores en más de 10 unidades porcentuales a la media aritmética de las ofertas presentadas. No obstante, si entre ellas existen ofertas que sean superiores a dicha media en más de 10 unidades porcentuales, se procederá al cálculo de una nueva media sólo con las ofertas que no se encuentren en el supuesto indicado. En todo caso, si el número de las restantes ofertas es inferior a tres, la nueva media se calculará sobre las tres ofertas de menor cuantía.

En estos supuestos se estará a lo previsto en la LCSP y en el RGLCAP.

Cuando hubieren presentado ofertas empresas que pertenezcan a un mismo grupo, en el sentido del artículo 42.1 del Código de Comercio, se tomará únicamente, para aplicar el régimen de identificación de las ofertas incursas en presunción de anormalidad, aquella que fuere más baja, y ello con independencia de que presenten su oferta en solitario o conjuntamente con otra empresa o empresas ajenas al grupo y con las cuales concurren en unión temporal.

En relación con las CONDICIONES ESPECIALES DE EJECUCIÓN DEL CONTRATO de carácter social, ético, medioambiental o de otro orden y de conformidad con el artículo 202 de la LCSP, se han tenido en cuenta los siguientes aspectos:

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.

CRISTOBAL LEON RODRIGUEZ SANCHEZ		01/10/2025 13:09:11	PÁGINA: 6 / 13
VERIFICACIÓN	NJyGw1nNW6y4PgjB8x453o1YUSS17o	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	

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.

Así mismo, 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.

Se exigirá el cumplimiento de la siguiente condición de tipo social o relativa al empleo:

Promover el empleo de personas con especiales dificultades de inserción en el mercado laboral, en particular las personas con discapacidad o en situación o riesgo de exclusión social a través de empresas de inserción.

Las nuevas contrataciones que resulten necesarias para la ejecución del contrato, así como la cobertura de las bajas y en general sustituciones que se precisen, se efectuarán al menos un 10 % entre personas desempleadas de colectivos con dificultad de acceso al mercado laboral, siempre que lo permitan las circunstancias del contrato y las condiciones del mercado laboral (el impedimento, en su caso, deberá justificarse y acreditarse).

Se consideran colectivos con dificultades de acceso al mercado laboral los siguientes:

- a) Personas perceptoras de renta mínima de inserción social.
- b) Personas con discapacidad física, psíquica, mental o sensorial reconocida igual o superior de al menos un 33%.
- c) Personas víctimas de violencia de género.
- d) Personas desempleadas de larga duración, en desempleo por un periodo superior a 12 meses en los últimos 24 meses.
- e) Jóvenes mayores de dieciséis años y menores de treinta que hayan sido tutelados por la Administración Pública.

Las mencionadas personas deberán tener la capacidad profesional y personal necesarias para realizar las tareas objeto del contrato, teniendo que ser incorporadas en la plantilla que ejecute el mismo, en iguales condiciones laborales y de sujeción al convenio sectorial o de empresa que el resto del personal de la plantilla.

CRISTOBAL LEON RODRIGUEZ SANCHEZ		01/10/2025 13:09:11	PÁGINA: 7 / 13
VERIFICACIÓN	NJyGw1nNW6y4PgjB8x453o1YUSS17o	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



La acreditación de hallarse en estas circunstancias señaladas se realizará aportando los certificados o acreditaciones oficiales, de conformidad con lo previsto en la guía para la inclusión de cláusulas sociales y medioambientales en la contratación de la Junta de Andalucía que puede obtenerse en el siguiente enlace:

<http://www.juntadeandalucia.es/temas/contratacion-publica/gestion/guia.html>

6. RESPONSABLE DEL CONTRATO.

Se propone como responsable del contrato al Jefe de Servicio de Estudios y Coordinación Electoral, al que corresponde la supervisión de la ejecución, la adopción de decisiones y el dictado de las instrucciones necesarias con el fin de asegurar la correcta realización de la prestación pactada.

7. MEMORIA ECONÓMICA Y LA VALORACIÓN ESTIMADA DEL GASTO. DURACIÓN DEL CONTRATO.

El presupuesto base de licitación máximo del contrato asciende a la cantidad de 126.125,62 € (IVA excluido), que constituye el límite máximo del gasto que puede suponer para la Administración el referido contrato, con cargo a la aplicación **0100010000/G/22B/22705/00/01** - “Procesos Electorales” - del programa presupuestario 22B, denominado “Interior, Emergencias y Protección Civil”.

Año	Importe	Partida Presupuestaria
2026	152.612,00 euros	0100010000/G/22B/22705/00/01

Presupuesto base de licitación (I.V.A. excluido)	I.V.A. (21%)	Total (I.V.A. incluido)
Importe máximo de licitación: 126.125,62 €	TOTAL: 26.486,38 €	TOTAL: 152.612,00 €
VALOR ESTIMADO DEL CONTRATO: En letra: (IVA excluido): Ciento veintiseis mil ciento veinticinco euros con sesenta y dos céntimos.		

Desglose de gastos.

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

Para la determinación del presupuesto de licitación, se ha tenido en cuenta la Resolución de 3 de febrero de 2016, de la Dirección General de Empleo, por la que se registra y publica el Convenio

CRISTOBAL LEON RODRIGUEZ SANCHEZ		01/10/2025 13:09:11	PÁGINA: 8 / 13
VERIFICACIÓN	NJyGw1nNW6y4PgjB8x453o1YUSS17o	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



Junta de Andalucía

colectivo del sector de empresas de publicidad, modificada por la Resolución de 2 de agosto de 2022, de la Dirección General de Trabajo, por la que se registra y publica el Acta sobre revisión y tablas salariales para los años 2022 a 2025 del Convenio colectivo estatal para las empresas de publicidad, en la estimación de los costes salariales, directos o indirectos, una vez consultados los precios de mercado, los gastos generales de estructura empresarial y el posible beneficio industrial.

Por estudio y valor de mercado, e indicadores con anteriores procesos electorales al Parlamento de Andalucía y al tratarse de un servicio muy específico, con elevados niveles de disponibilidad de medios materiales, humanos y en consideración a las referencias de mercado existentes para el sector en anteriores procesos electorales al Parlamento de Andalucía y celebrados por el Ministerio del Interior en último proceso celebrado en 2024.

Conforme a los factores anteriores se motiva lo siguiente:

1.- La creatividad y diseño en las artes creativas: **27.400,00 €**. 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 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 crear varias etapas: La de investigación, creación y la implantación de una marca. Eso es un 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: **98.725,62 €**. 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, alquiler o usos de estudios, etc., 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 posible beneficio industrial.

CRISTOBAL LEON RODRIGUEZ SANCHEZ		01/10/2025 13:09:11	PÁGINA: 9 / 13
VERIFICACIÓN	NJyGw1nNW6y4PgjB8x453o1YUSS17o	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	

Desglose de costes: Medios de producción y gastos generales.

Importe total: 98.725,62 €

Concepto	Importe (€)
1. Recursos humanos y técnicos (actores, locutores, técnicos, etc.)	25.000,00 €
2. Equipamiento técnico (cámaras, sonido, iluminación, plató)	16.142,00 €
3. Software de edición y postproducción	4.500,00 €
4. Logística y movilidad (transporte, dietas, desplazamientos)	13.000,00 €
5. Producción de materiales (grabación, edición, entrega)	13.000,00€
6. Gastos generales de estructura (coordinación, seguros, licencias, administración)	17.300,00 €
7. Beneficio industrial (11 %) sobre los costes anteriores (88.942,00 €)	9.783,62 €
TOTAL	98.725,62 €



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 que se sintetiza en el siguiente cuadro:

DESGLOSE	CONCEPTO	IMPORTE/€
Costes directos	Creatividad y diseño	27.400,00 €
	Medios de producción y gastos generales. (se incluye el posible beneficio industrial)	98.725,62 €
	Total	126.125,62 €
Base imponible		126.125,62 €
I.V.A. (21%)		26.486,38 €
Presupuesto total (IVA incluido)		152.612,00 €

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 19 de junio de 2022, se ha ajustado a las necesidades reales del servicio.

De conformidad con lo dispuesto en el artículo 101.2 de la Ley 9/2017, de Contratos del Sector Público (LCSP), el valor estimado del contrato debe incluir todas las posibles prestaciones que puedan derivarse de su ejecución, incluidas las eventuales prórrogas, revisiones de precios y modificaciones previstas en el pliego.

En este sentido, el valor estimado del presente contrato, fijado en **126.125,62 € (IVA excluido)**, ha sido calculado teniendo en cuenta sólo las necesidades actuales del servicio. No se prevén modificaciones en el contrato.

Esta previsión responde al principio de prudencia presupuestaria y permite al órgano de contratación disponer de un marco económico que asegure la correcta ejecución del contrato en escenarios variables, especialmente en el contexto de un proceso electoral, donde pueden surgir necesidades adicionales no previstas inicialmente.

La duración del contrato será de 30 días, a contar desde la fecha que se indique expresamente en el mismo.

- **Criterios y medios de acreditación de la solvencia.**

- Grupo o subgrupo de clasificación y categoría de clasificación del contrato.

Grupo	Subgrupo	Categoría
T	1	1

- **Criterios y medios de acreditación de la solvencia económica y financiera.**

Los criterios de solvencia económica y financiera exigidos en el presente pliego tienen carácter alternativo, por lo que las personas licitadoras podrán acreditar su solvencia mediante el cumplimiento de uno cualquiera de los siguientes requisitos:

1. Volumen anual de negocios de la persona licitadora que referido al mejor ejercicio dentro de los tres últimos disponibles en función de las fechas de constitución o de inicio de actividades de la persona licitadora y de presentación de ofertas por importe mínimo de: 126.125,62 €.

El volumen anual de negocios de la persona licitadora se acreditará por medio de sus cuentas anuales aprobadas y depositadas en el Registro Mercantil, si la persona licitadora estuviera inscrita en dicho registro, y en caso contrario por las depositadas en el registro oficial en que deba estar inscrita. Las personas licitadoras individuales no inscritas en el Registro Mercantil acreditarán su volumen anual de negocios mediante sus libros de inventarios y cuentas anuales legalizados por el Registro Mercantil.

Los empresarios individuales no inscritos en el Registro Mercantil acreditarán su volumen anual de negocios mediante sus libros de Inventario y Cuentas anuales legalizados por el Registro Mercantil. Alternativamente, Modelo 390 del Impuesto sobre el Valor Añadido (IVA).

La acreditación podrá igualmente realizarse mediante un «certificado de importe neto de la cifra de negocios» expedido por la AEAT o con la aportación del resumen de la declaración del IVA presentada a Hacienda (modelo 390).

2. El patrimonio neto según el balance correspondiente al último ejercicio económico de las cuentas anuales aprobadas deberá superar el 20 por 100 del importe del contrato. (25.225,12 €).

Se acreditará por medio de sus cuentas anuales aprobadas y depositadas en el Registro Mercantil, si la persona licitadora estuviera inscrita en dicho registro, y en caso contrario, por las depositadas en el registro oficial en que deba estar inscrita. Las personas licitadoras individuales no inscritas en el Registro Mercantil acreditarán su volumen anual de negocios mediante sus libros de inventarios y cuentas anuales legalizados por el Registro Mercantil.

- **Criterios y medios de acreditación de la solvencia técnica o profesional.**

Los criterios de solvencia técnica o profesional exigidos en el presente pliego tienen carácter alternativo, por lo que las personas licitadoras acreditarán su solvencia mediante el cumplimiento de uno cualquiera de los siguientes requisitos:

CRISTOBAL LEON RODRIGUEZ SANCHEZ		01/10/2025 13:09:11	PÁGINA: 12 / 13
VERIFICACIÓN	NJyGw1nNW6y4PgjB8x453o1YUSS17o	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



Junta de Andalucía

1. Relación de los principales servicios realizados de igual o similar naturaleza que los que constituyen el objeto del contrato, en la que se indique el importe, la fecha y el destinatario público o privado de los mismos.

Los servicios efectuados se acreditarán mediante certificados expedidos o visados por el órgano competente de los mismos cuando la destinataria sea una entidad del sector público; cuando la destinataria sea una compradora privada, mediante un certificado expedido por ésta ó, a falta de este certificado, mediante una declaración de la persona licitadora acompañada de los documentos obrantes en poder del mismo que acrediten la realización de la prestación.

En caso de que la persona licitadora hubiera participado como subcontratista en licitaciones anteriores, podrá acreditar su solvencia técnica o profesional mediante los certificados de buena ejecución de subcontratistas que se hubiesen expedido al efecto.

Como sistema para determinar que un trabajo o servicio es de igual o similar naturaleza al que constituye el objeto del contrato, se entenderán por trabajos de características similares aquellos que consistan en la realización de acciones de campaña publicitaria o servicios audiovisuales.

Se exige que el importe anual acumulado sin incluir impuestos en el año de mayor ejecución sea igual o superior al 80% del valor estimado del contrato, en servicios de igual o similar naturaleza que los que constituyen el objeto del contrato. (100.900,50 €).

Periodo para tener en consideración los servicios realizados a efectos de justificar la solvencia técnica: Los últimos 3 años, desde la fecha de la adjudicación.

2. Podrán también acreditar la solvencia técnica mediante la disponibilidad de un equipo profesional con experiencia acreditada en comunicación institucional, marketing público o gestión de campañas, incluyendo al menos:

- Un/a director/a de proyecto con experiencia mínima de 3 años en campañas audiovisuales.
- Un/a especialista en medios y recursos digitales con experiencia mínima de 3 años en campañas audiovisuales.
- Un/a técnico/a creativo/a gráfico/a o audiovisual con experiencia mínima de 3 años en campañas audiovisuales.

Para acreditar la experiencia de los tres años que se piden anteriormente, sería necesario aportar una documentación específica consistente en declaración jurada o certificado del responsable de personal o de recursos humanos de la entidad licitadora declarando que ésta cuenta con los profesionales citados que reúnen los requisitos de experiencia exigidos.

EL JEFE DE SERVICIO DE ESTUDIOS Y COORDINACIÓN ELECTORAL
Fdo.: Cristóbal León Rodríguez Sánchez

CRISTOBAL LEON RODRIGUEZ SANCHEZ		01/10/2025 13:09:11	PÁGINA: 13 / 13
VERIFICACIÓN	NJyGw1nNW6y4PgjB8x453o1YUSS17o	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	