MEMORIA JUSTIFICATIVA DE LA CONTRATACIÓN DE LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS CONSISTENTE EN EL SUMINISTRO DE MATERIAL PROMOCIONAL DE ESCRITORIO (Expdte. C102-01JS-0326-0012), CON PRESUPUESTO BASE DE LICITACIÓN DE 105.600,00€ (IVA excluido)

CPV: 22462000-6

1. ANTECEDENTES

La Empresa Pública para la Gestión del Turismo y del Deporte de Andalucía, S.A. (en adelante la EPGTDA) , de acuerdo con sus estatutos (según el Acuerdo de 12 de julio de 2016, del Consejo de Gobierno, por el que se modifica el Acuerdo de 27 de julio de 2010, que autorizaba la creación de la «Empresa Pública para la Gestión del Turismo y del Deporte de Andalucía, S. A.» y por el que se aprueban los nuevos estatutos de la citada empresa pública para su adaptación a la normativa reguladora de las sociedades de capital), contempla en su objeto social la realización de actividades y servicios tendentes a la mejora y crecimiento de la industria turística y del deporte, a cuyo fin desarrolla, entre otras acciones, la edición de todo tipo de material promocional en cualquiera de los soportes que se estimen oportunos.

El material promocional se destina a las acciones de marketing dentro del Plan de Promoción Turística, con el fin de asentar y reforzar el conocimiento de la marca Andalucía y su posicionamiento en un entorno de competitividad creciente, así como la de utilizarlo como soporte de apoyo en eventos promocionales y en acciones de marketing enfocadas al consumidor final, tanto nacional como internacional.

Atendiendo al objeto social de la EPGTDA descrito anteriormente, esta acción se encuadra dentro del Objetivo PAIF 1.3.2.5 destinado a “Producción de Merchandising 2026” y da cumplimiento al Plan de Acción de la EPGTDA.

2. FINANCIACIÓN

Transferencia de financiación de explotación recogida en el PRY2026-0184 de Navision, fuente financiera 10000G/75B/44364/000 y objetivo PAIF 1.3.2.5. que se corresponde con:

1.3 “Optimizar el marketing turístico del destino Andalucía” que incluye la actuación 1.3.2 Comunicación Turística, que recoge los proyectos orientados a reforzar el posicionamiento de Andalucía como destino turístico de referencia mediante campañas de comunicación adaptadas a públicos estratégicos, destacando los atributos diferenciales de Andalucía. Se fomentará la colaboración con prescriptores, medios especializados y plataformas digitales para ampliar el alcance de la marca Andalucía. Asimismo, se incluye el patrocinio de grandes eventos turísticos y culturales.

3. NATURALEZA Y EXTENSIÓN DE LA NECESIDAD QUE SE PRETENDE CUBRIR

El presente procedimiento tiene por objeto la contratación del suministro de siguiente material promocional de escritorio a la EPGTDA.

N.º Lote	Descripción	Unidades
1	LIBRETA (QR)	15.000
2	BOLIGRAFO	25.000
3	ADHESIVO ANDALUCÍA	12.000
4	BOLSA DE PAPEL	10.000
5	LANYARD	70.000

En lo referente al material de promoción, el cual constituye una eficaz herramienta de marketing directo dirigida al gran público, mantenemos nuestro catálogo de artículos de merchandising para asentar el conocimiento de la marca “Andalucía” y su posicionamiento en un entorno de competitividad creciente. Vamos incorporando artículos según se vayan agotando, adquiriendo nuevo material promocional para renovar el surtido de productos orientados al turista en sus diversos canales de distribución. Destacamos también la producción de material específico para eventos deportivos, personalizados con la marca Andalucía, para exteriores, de uso en diversas actividades deportivas.

La finalidad de este material promocional de merchandising es la de utilizarlo como soporte de apoyo en acciones de marketing y eventos promocionales, dentro del Plan de Promoción Turística, y fomentar así la actividad turística en Andalucía, para que nos reporte una respuesta positiva por parte del público objetivo en el destino turístico andaluz y fidelizando el recuerdo de la marca.

El pliego de prescripciones técnicas que se propone, y se adjunta a esta memoria, concreta la información.

4. DESGLOSE DEL PRESUPUESTO BASE DE LICITACIÓN PREVISTO

El presente contrato tiene un Presupuesto Base de Licitación de CIENTO VEINTISIETE MIL SETECIENTOS SETENTA Y SEIS (127.776,00) euros, IVA incluido. Atendiendo a lo indicado en el artículo 100.2 de la LCSP, el citado presupuesto se desglosa según se señala a continuación:

	Concepto	Importe (€)
A.	Costes directos	79.338,84
B.	Costes indirectos[1] (10%)	7.933,89
C.	Total presupuesto ejecución material (A + B)	87.272,73
D.	Gastos generales[2] (15% s/ ejecución material)	13.090,91
E.	Beneficio industrial (6% s/ ejecución material)	5.236,36
F.	Presupuesto ejecución por contrata (C+D+E)	105.600,00
G.	IVA (21% o el que corresponda)	22.176,00
H.	**Presupuesto base de licitación** (F+G)	**127.776,00**

[1] Contempla amortizaciones, supervisión y control de calidad, y otros conceptos asociados a la producción que se pretende contratar.

[2] Incluye gestión comercial y administración

Los costes directos contemplados en la determinación del presupuesto base de licitación son los siguientes:

Concepto	**Importe (€)**
Material (80%) – Comprende todos los elementos que constituye el producto final: materiales primarios, materiales complementarios, marcaje, embalaje, etc.	63.471,08
Manipulado (10%)	7.933,88
Transporte (10%)	7.933,88
Total costes directos	**79.338,84**

Justificación de la adecuación a los precios de mercado:

Para asegurar que el presupuesto base de licitación sea adecuado a los precios de mercado, se han llevado a cabo las siguientes acciones:

1. Consulta de tarifas del mercado: se han revisado y comparado las tarifas online de varias empresas como El Corte Inglés, Amazon, Shopify, así como otras del sector del regalo promocional de merchandising para solicitar cotizaciones específicas y evaluar posibles descuentos por volumen o acuerdos a largo plazo, verificando que los precios presupuestados estén dentro del rango promedio de mercado. Además, para productos nuevos se han analizado catálogos y listas de precios de distribuidores especializados en material promocional genérico (Essential, XD Collection, Custom Products Design Bags; Gifts collection), garantizando que los precios presupuestados estén dentro del rango promedio de mercado.
2. Análisis de costes históricos: se han consultado licitaciones públicas anteriores para identificar precios de referencia en contrataciones similares, teniendo en cuenta que se ha priorizado una mayor calidad del producto actual, ajustando los precios según la inflación y otros factores económicos como la escalada de precios en materias primas, la guerra de Ucrania, el aumento de los costes energéticos, las interrupciones en la cadena de suministro, la devaluación de la moneda, el incremento en los costos logísticos y de transporte, así como el impacto de nuevas regulaciones medioambientales y laborales. Para el caso de productos suministrados anteriormente con características similares (exceptuando los de nueva adquisición) se pueden señalar los siguientes a modo de ejemplo: bolígrafo (Degumer Regalos, S. L. – 1,56 € IVA excluido); adhesivo (Bitprom Investments, S. L. – 0,19 € IVA excluido); bolsa de papel (FA. MA BOLSA, S. L. – 0,28 € IVA excluido); lanyard (El Corte Inglés, S. A. – 0,39 € IVA excluido).

Estos métodos y fuentes permiten asegurar que los presupuestos base de licitación estén alineados con los precios del mercado actual y reflejen adecuadamente los costes esperados.

5. DISPONIBILIDAD Y RESERVA DE CRÉDITO:

El Responsable PAIF de los trabajos objeto del contrato que suscribe la presente memoria acredita la existencia de crédito y su reserva para llevar a cabo la licitación solicitada por importe total de 127.776,00 € IVA incluido con la generación y codificación en el ERP-Navision del expediente de contratación EC26-00073, según el siguiente detalle de anualidades:

Anualidad	**Código Proyecto/s**	**Importe (IVA incl.) €**
2026	PRY2026-0184	127.776,00

6. PLAZO DE EJECUCIÓN Y POSIBLES PRÓRROGAS PREVISTAS

Los plazos de ejecución del contrato son los siguientes:

N.º Lote	Descripción	Plazo de ejecución
1	LIBRETA (QR)	50 días
2	BOLIGRAFO	30 días
3	ADHESIVO ANDALUCÍA	30 días
4	BOLSA DE PAPEL	30 días
5	LANYARD	30 días

No se prevén prórrogas.

7. CAUSAS DE MODIFICACIÓN DEL CONTRATO

No se prevé modificación del contrato

8. DESCRIPCIÓN DE LOTES O JUSTIFICACIÓN, EN SU CASO, DE NO DIVIDIR EN LOTES

División en Lotes

X	SI

N.º Lote	Descripción	Unidades	Precio unitario sin IVA	Precio unitario con IVA	Importe total (€, IVA incl.)
1	LIBRETA (QR)	15.000	2,40	2,904	43.560,00
2	BOLIGRAFO	25.000	1,00	1,21	30.250,00
3	ADHESIVO ANDALUCÍA	12.000	0,30	0,363	4.356,00
4	BOLSA DE PAPEL	10.000	0,60	0,726	7.260,00
5	LANYARD	70.000	0,50	0,605	42.350,00
				Total	**127.776,00**

9. PROPUESTA DE CRITERIOS DE SOLVENCIA Y ADJUDICACIÓN Y JUSTIFICACIÓN

Los criterios de solvencia económica y técnica serán los establecidos en los Pliegos de Cláusulas Particulares.

Este procedimiento abierto se adjudicará por lotes completos y podrá hacerse a uno o varios licitadores. En tal sentido, la adjudicación se realizará por cada uno de los lotes, recayendo en la empresa licitadora que, en su conjunto, haga la proposición más ventajosa.

La finalidad a la que se destinará este material hace que la calidad y diseño de los materiales sean cualidades muy relevantes. Téngase en cuenta que el material promocional se asociará a la marca Andalucía como destino turístico de calidad. Es por ello por lo que se proponen los criterios de adjudicación y valoraciones que a continuación se especifican, que se aplicarán por lote:

- Oferta económica: 50 puntos. La máxima puntuación de **cincuenta puntos** se otorgará a la oferta económica más baja para ese lote. Para la asignación de puntuación al resto de las ofertas se procederá al correspondiente prorrateo proporcional a las ofertas presentadas mediante regla de tres inversa.

- Calidad y diseño: 50 puntos. Se valorará con un máximo de **cincuenta puntos** la calidad y el diseño de las ofertas presentadas. Para la valoración se tendrá en cuenta:

Criterio 1 - Variantes que superen la calidad de la composición del material especificada en el pliego, cuya ejecución vaya en beneficio del resultado final del material, poniendo en valor el producto como herramienta de difusión y desarrollo promocional. Máximo 5 puntos.

Criterio 2 – Propuesta de diversidad de modelos, colores, diseños originales y novedosos, así como patronajes propios o troqueles que creen impacto en el usuario, de forma que sea fácil de identificar el producto y lo asocie a su promoción. Máximo 20 puntos.

Criterio 3 - Calidad de los complementos de los que se compone el producto, así como una cuidadosa y esmerada terminación, de forma que redunde en una mayor calidad y excelencia del resultado final como herramienta vehicular de la promoción turística de Andalucía. Máximo 20 puntos.

Criterio 4 - Presentación personalizada acorde con la calidad del producto, aportando una prestancia superior al resultado final del mismo y a la imagen de marca. Máximo 5 puntos.

JUSTIFICACIÓN DE LOS CRITERIOS DE VALORACIÓN POR APLICACIÓN DE UN JUICIO TÉCNICO DE VALOR

En la presente contratación se considera necesario incorporar criterios de adjudicación evaluables mediante juicio técnico de valor, dado que el objeto del contrato —consistente en el suministro de material promocional de escritorio destinado a acciones de promoción turística— no constituye una prestación plenamente estandarizada cuya adjudicación pueda determinarse únicamente en función del precio. El material objeto del contrato cumple una función de soporte de comunicación de la marca Andalucía y de herramienta de difusión en acciones de marketing, eventos y actuaciones promocionales dirigidas tanto al público nacional como internacional, por lo que su eficacia depende en gran medida de aspectos cualitativos relacionados con el diseño, la calidad de los materiales, los acabados y la presentación del producto. En este contexto, la valoración de elementos como la mejora en la composición del material respecto de las especificaciones mínimas establecidas en el pliego, la originalidad y diversidad de los diseños propuestos, la calidad de los complementos y terminaciones, así como la presentación final del producto, exige necesariamente una apreciación técnica que no puede ser evaluada mediante fórmulas automáticas. Por ello, la utilización de criterios sujetos a juicio de valor permite identificar aquellas ofertas que aporten un mayor valor añadido al material promocional y que contribuyan de manera más eficaz a reforzar la imagen institucional y promocional de Andalucía en las distintas acciones de difusión turística.

10. PARÁMETROS OBJETIVOS PARA CONSIDERAR UNA OFERTA ANORMALMENTE BAJA

Para considerar una oferta anormalmente baja en los términos del artículo 149.2.a) LCSP se aplicarán los parámetros incluidos en el artículo 85 del Reglamento general de la Ley de Contratos de las Administraciones Públicas (RD 1098/2001, de 12 de octubre).

Así, se considerarán anormalmente bajas las ofertas o proposiciones que se encuentren en los siguientes casos:

- Cuando, concurriendo una sola empresa licitadora, sea inferior al presupuesto base de licitación en más de 25 unidades porcentuales.

- Cuando concurran dos empresas licitadoras, la que sea inferior en más de 20 unidades porcentuales a la otra oferta.
- Cuando concurran tres empresas licitadoras, las que sean inferiores en más de 10 unidades porcentuales a la media aritmética de las ofertas o proposiciones 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 anormalmente baja, la baja superior a 25 unidades porcentuales.
- Cuando concurran cuatro o más empresas licitadoras, las que sean inferiores en más de 10 unidades porcentuales a la media aritmética de las ofertas o proposiciones presentadas. No obstante, si entre ellas existen ofertas o proposiciones que sean superiores a dicha media en más de 10 unidades porcentuales, se procederá al cálculo de una nueva media sólo con las ofertas o proposiciones que no se encuentren en el supuesto indicado. En todo caso, si el número de las restantes ofertas o proposiciones es inferior a tres, la nueva media se calculará sobre las tres ofertas o proposiciones de menor cuantía.

Cuando se identifique una proposición que pueda ser considerada anormalmente baja, Turismo y Deporte de Andalucía seguirá el procedimiento previsto en el art. 149.4, 5, 6, 7 de la LCSP.

11. TRATAMIENTO DE DATOS PERSONALES

No aplica.

12. CONCLUSIÓN

Por todo lo anteriormente descrito, se concluye que se hace necesaria la contratación del suministro de material promocional de escritorio por un importe de **CIENTO CINCO MIL SEISCIENTOS (105.600,00) euros, IVA excluido.**

En Málaga, a 9 de marzo de 2026

Técnico Responsable

Responsable PAIF

Cargo: Head of Strategy