MEMORIA JUSTIFICATIVA PARA LA CONTRATACIÓN DEL PATROCINIO INSTITUCIONAL POR PARTE LA AGENCIA DIGITAL DE ANDALUCIA DEL EVENTO FREAKCON 2026.

CONTR 2026 113083

1.- OBJETO DEL CONTRATO.

El objeto del contrato al que corresponde la presente Memoria Justificativa Patrocinio Institucional por parte de la Agencia Digital de Andalucía de la Junta de Andalucía, al amparo del art. 22 de la Ley 34/1988 de 11 de noviembre General de Publicidad, del evento **FREAKCON 2026**

2.- CÓDIGO CPV

- 79341000-6 Servicios de publicidad
- 79952000-2 Servicios de eventos.
- 79950000-8 Servicios de organización de exposiciones, ferias y congresos

SUBDIRECCION PROPONENTE.

Subdirección proponente: Subdirección de puesto de trabajo

3.- JUSTIFICACIÓN DEL CONTRATO: EXTENSIÓN DE LAS NECESIDADES QUE SE PRETENDEN SATISFACER.

FreakCon es un evento internacional dedicado a celebrar la cultura popular en todas sus extensiones: series de TV, manga, cómic, animación, cine, literatura fantástica, rol, juegos de mesa, ciencia ficción y videojuegos.

El evento contará con más de 500 actividades repartidas entre las diferentes zonas o espacios dando lugar a encuentros entre las diferentes comunidades con sus artistas, creadores de contenidos y referentes en general de todos los géneros.

En 2026, el escenario será el Palacio de Congresos de Torremolinos. 6.000 metros cuadrados en dos plantas. También cuenta con 80 despachos de delegados y todos los medios y servicios audiovisuales y restauración. Sus zonas exteriores cuentan con 18.500 metros cuadrados lo que lo hace una ubicación perfecta de la sede de FreakCon, un lugar de encuentro sin igual.

La empresa Kaiju World es una empresa malagueña fundada por tres hermanos, y que es puntera en el sector del entretenimiento digital y videojuegos dedicada a la organización de ferias y eventos tecnológicos, culturales y de entretenimiento con más de 10 años de experiencia en el sector.

Freakcon es una marca nacional registrada en la oficina de patentes y marcas de España desde el 31/10/2016 con el código M3636544.

Kaiju World S.L. constituye su objeto social, entre otros, la organización y explotación de todo tipo de ferias, congresos, espectáculos y eventos culturales, tecnológicos y de entretenimiento, así como su grabación, edición y difusión en todo tipo de soportes y sistemas audiovisuales. La prestación de servicios a las industrias creativas, tecnológicas y de entretenimiento, así como la representación, creación, diseño, desarrollo, distribución y comercialización de productos relacionados con las mismas en todo tipo de soportes

digitales o analógicos en cualquier plataforma o sistemas existentes o futuros.

El crecimiento exponencial y protagonismo que ha venido alcanzando las nuevas tecnologías indica que está aconteciendo una revolución industrial global, en la que el sector audiovisual se ha consagrado como un sector estratégico para el desarrollo regional. Estos factores han derivado en el auge de una serie de segmentos de actividad emergentes que presentan una gran capacidad de impacto en los mercados, tanto nacionales como internacionales: videojuegos, VR, AR, Metaverso, etc. Estos segmentos están caracterizados por su alto grado de tecnología, internacionalización y su facilidad para operar bajo nuevos modelos de negocio.

La importancia estratégica de la economía digital y de los contenidos digitales ha sido reconocida por la Agenda Digital para España como motor de crecimiento, de empleo y de oportunidades futuras para nuestra región. El *Plan de impulso de la economía digital y los contenidos digitales* elaborado por el Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital persigue el desarrollo de la economía digital mediante un conjunto integral de medidas que impactan directamente en la ciudadanía. Para ello, el Plan establece medidas para incrementar el talento y el empleo en torno a este nuevo sector, facilitando el emprendimiento, mejorando la empleabilidad e incrementando el uso de los contenidos digitales en los diferentes ámbitos de la vida cotidiana.

En Andalucía existe un **incipiente ecosistema de contenido digital.** En ese sentido, existen algunas piezas que van fortaleciendo esta nueva realidad en la región, tales como comunidades digitales, eventos del sector del videojuego o academias de formación especializadas, empresas tractoras, que junto con inversores privados interesados en el sector del videojuego, han venido a construir lo que es sin duda, un sector emergente y vigoroso en la comunidad autónoma andaluza, caracterizado por su energía, capacidad para aceptar retos y facilidad para adaptarse a los cambios.

Estos motivos han llevado a que le Consejo de Gobierno aprobara, mediante Acuerdo de 16 de noviembre de 2022, del Consejo de Gobierno, formulación de la *Estrategia Andaluza para la Creación Audiovisual y de Contenidos Digitales*, que tiene como objetivo impulsar el desarrollo de la industria audiovisual en la región, fomentando la creación de empleo y la generación de riqueza y se basa en la identificación de necesidades y oportunidades de la industria audiovisual en Andalucía, y en la definición de un plan de acción concreto para abordarlas. Después de muchos meses de trabajo, el 17 de octubre de 2023, el Consejo de Gobierno aprueba dicha Estrategia, (BOJA número 202, de viernes, 20 de octubre de 2023).

La Estrategia Andaluza para la Creación Audiovisual y de Contenidos Digitales impulsada por la Consejería de la Presidencia, Interior, Diálogo Social y Simplificación Administrativa, a través de la Dirección General de Comunicación Social y de la Agencia Digital de Andalucía, establece la senda a seguir para potenciar la competitividad, promover la digitalización e impulsar la internacionalización del sector audiovisual andaluz.

Esta visión estratégica reconoce la importancia de la colaboración público-privada como una fórmula imprescindible para maximizar las oportunidades de desarrollo, a través de una cooperación intensiva entre las empresas que operan en los diferentes eslabones de la cadena de valor del sector audiovisual, así como de estas con las Administraciones Públicas y otros agentes. El componente clave de este modelo es la constitución del Clúster Audiovisual y de Contenidos Digitales, un proyecto impulsado también por la Consejería de la Presidencia, Interior, Diálogo Social y Simplificación y ya en marcha con el objetivo de mejorar la posición del sector tanto dentro como fuera de la Comunidad Autónoma de Andalucía.

Una de las actuaciones de la Estrategia Andaluza para la Creación Audiovisual y de Contenidos Digitales, es la Puesta en marcha de un plan de impulso de la industria del videojuego en Andalucía. que busque favorecer la innovación sectorial tanto a nivel tecnológico (digitalización, infraestructuras tecnológicas de apoyo...) como de formatos creativos y comerciales. Además, establece líneas de apoyo específicas para sectores emergentes, destacando especialmente el sector de los videojuegos.

Carlos Simón Ferrer		07/04/2026 14:25:07	PÁGINA: 2 / 13
VERIFICACIÓN	NJyGw4GB7jlc747P3wzQENHb3qMg5K	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	

El apoyo de las administraciones públicas es clave para desarrollo de este tipo de iniciativas, la involucración de la Junta de Andalucía aportará un valor a la implementación y capilaridad de la iniciativa necesario para conseguir el éxito.

La Agencia Digital de Andalucía es el órgano de seguimiento de la estrategia, y como tal, a través de las correspondientes rutinas de coordinación con los diferentes agentes públicos que desarrollan actividades de apoyo al desarrollo y consolidación del tejido empresarial en sus diferentes vertientes (instrumentos financieros, fomento del emprendimiento, estímulo de la innovación, apoyo en el proceso de internacionalización…), deberá mantener una visión de conjunto de la política pública de la administración andaluza a favor del tejido empresarial que conforma el sector audiovisual y de los contenidos digitales de nuestra región

Por otro lado, la Agencia Digital de Andalucía es el organismo encargado de impulsar y desarrollar la transformación digital en Andalucía, y su ámbito de actuación abarca todas las áreas de la sociedad andaluza, incluyendo la industria audiovisual y de contenidos digitales. En virtud de las competencias descritas en el Decreto 128/212, de 30 de marzo, la Agencia Digital de Andalucía está autorizada a llevar a cabo una serie de acciones en el ámbito de la transformación digital, afrontando el **desafío de hacer realidad la transformación digital de su territorio** y, en especial, de su Administración autonómica, evolucionando hacia un modelo sostenible basado en el conocimiento y la innovación bajo los principios de gobierno abierto, reduciendo a su vez la brecha digital en todos los segmentos de la población.

Entre las competencias de la Agencia se encuentran:

> Art. 6.3, apartado b) "*La ejecución de las **políticas de impulso de la sociedad de la información en Andalucía**, así como el diseño y ejecución de programas destinados a fomentar el acceso y uso de los servicios digitales por parte de la ciudadanía, contribuyendo a la reducción de las brechas digitales*".

Por otro lado, la inclusión de una marca en determinados eventos tiene probados beneficios en términos de publicidad. En los últimos diez años, aproximadamente, hemos entrado en los tiempos de los medios sociales digitales y la inclusión de una marca en eventos deportivos y culturales se adapta perfectamente a la difusión que los usuarios realizan a través de sus perfiles en las redes sociales digitales como Facebook, Twitter o Instagram. Por otra parte, el actual marco de superabundancia o saturación informativa parece provocar un alejamiento de la información publicitaria que, si no está insertada en el correr mismo de los mensajes, se pierde y motiva la deserción de audiencias, que optan por otras ofertas.

Además, expertos del sector apuntan que la opción de la inclusión de una marca en determinados eventos resulta más rentable que la publicidad tradicional ("por cada euro invertido se recuperan hasta cinco", según consultoras de medios[1]). Es decir, que el impacto mediático generado por la inclusión de marcas en elementos gráficos en eventos puede ser significativamente más rentable que si el anunciante pagase por lograr los mismos impactos en los medios de comunicación mediante compra de espacios publicitarios convencionales.

Por todo ello, la Agencia plantea su participación en el evento **FREAKCON**, a través de la fórmula del Patrocinio Institucional, al amparo del art. 22 de la Ley 34/1988 de 11 de noviembre General de Publicidad.

Lo que implica:

- **Visibilidad mediática y presencia en los canales del evento**
  - *Menciones en medios de comunicación:* La Agencia Digital de Andalucía y la Junta de Andalucía serán mencionada en todas las notas de prensa, comunicados y materiales informativos distribuidos a los medios de comunicación que cubran el evento.

[1] https://www.marketingnews.es/marcas/noticia/1041711054305/retorno-publicitario-medio-patrocinio-60.1.html

Carlos Simón Ferrer		07/04/2026 14:25:07	PÁGINA: 3 / 13
VERIFICACIÓN	NJyGw4GB7jlc747P3wzQENHb3qMg5K	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	

- *Logotipo y branding:* El logotipo de la Agencia Digital de Andalucía y la Junta de Andalucía se incluirá de forma destacada en todos los materiales promocionales del evento, como carteles, folletos, programas y la página web oficial de FreakCon.
- *Publicidad en el evento:* El logotipo y las menciones de la Agencia Digital de Andalucía y la Junta de Andalucía estarán presentes en pantallas digitales, banners, y zonas visibles dentro de las instalaciones del evento, así como en las actividades y paneles de conferencias.

- **Presencia en redes sociales y plataformas digitales**
  - *Campañas en redes sociales:* A través de las cuentas oficiales de FreakCon (Facebook, Twitter, Instagram, YouTube), se realizarán publicaciones destacando el apoyo de la Agencia Digital de Andalucía y Junta de Andalucía, con menciones específicas y contenido visual. Esto incluirá publicaciones antes, durante y después del evento.
- **Contraprestaciones publicitarias**
  - *Publicidad en soportes físicos y digitales*: Se ofrecerán espacios publicitarios exclusivos en los soportes físicos (carteles, banderolas, vallas publicitarias, etc.) y digitales (pantallas, página web del evento, newsletter) del evento.
  - *Anuncios en programas y materiales impresos:* En los programas de mano, folletos y otros materiales impresos que se distribuyan a los asistentes y participantes del evento, Agencia Digital de Andalucía y Junta de Andalucía tendrá espacio publicitario destacado, incluyendo la inserción de su logotipo y mensajes clave relacionados con la internacionalización cultural.
- **Contraprestaciones sociales y comunitarias**
  - *Visibilidad en el ámbito social:* El evento se convertirá en un punto de encuentro para profesionales y artistas, y la presencia de Agencia Digital de Andalucía y Junta de Andalucía ayudará a posicionarla como referente en la creación de oportunidades y el fomento de la cooperación internacional. Además, se promoverán en redes sociales iniciativas relacionadas con la cultura y la creatividad en la región, asociando su marca a estos esfuerzos.
- **Visibilidad en actividades culturales y creativas**

  La Agencia Digital de Andalucía y Junta de Andalucía patrocina actividades clave de gran relevancia dentro del evento FreakCon, tales como:

  - *Paneles principales*: La Agencia Digital de Andalucía y Junta de Andalucía destaca como patrocinador oficial de uno de los paneles más importantes del evento. Este panel se centra en la internacionalización cultural, la innovación creativa o el apoyo a las industrias culturales y creativas de Andalucía. Se asegura que el logotipo y el nombre de la Agencia Digital de Andalucía y Junta de Andalucía aparezcan de manera destacada en los materiales promocionales de la exposición, incluyendo carteles, folletos y pantallas dentro del espacio.
  - *Conferencias*: La Agencia Digital de Andalucía y Junta de Andalucía patrocina conferencias clave dentro del programa de FreakCon, especialmente aquellas que aborden la innovación digital y creación artística. En estos espacios, se menciona en la apertura y cierre de las conferencias, y se incluye en las diapositivas de presentación.
  - *Talleres interactivos:* Se organizan talleres creativos y formativos, en los que la Agencia Digital de Andalucía y Junta de Andalucía tiene visibilidad a través de materiales promocionales y espacios.
  - *Competiciones internacionales*: Las competiciones de cosplay, videojuegos de FreakCon es patrocinio de la Agencia Digital de Andalucía y Junta de Andalucía, con visibilidad prominente en las pantallas de los escenarios

Carlos Simón Ferrer		07/04/2026 14:25:07	PÁGINA: 4 / 13
VERIFICACIÓN	NJyGw4GB7jlc747P3wzQENHb3qMg5K	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	

principales. La participación de la Agencia Digital de Andalucía y Junta de Andalucía en este tipo de competiciones genera visibilidad ante una audiencia joven y dinámica, conectando con el espíritu innovador del evento.

- **Valoración e impacto posterior al evento**
  - *Informe de impacto:* Al finalizar el evento, se presentará un informe detallado a la Agencia Digital de Andalucía y Junta de Andalucía con los resultados de la campaña mediática y publicitaria, destacando el alcance de las acciones de comunicación y el impacto logrado en términos de visibilidad, participación y cobertura mediática.
  - *Testimonios y menciones en medios internacionales*: Se trabajará para obtener cobertura en medios internacionales, destacando la colaboración de Agencia Digital de Andalucía y Junta de Andalucía en la promoción de las industrias culturales y creativas, consolidando su imagen como impulsora de la internacionalización.
- **Entradas para el evento.**
  - *Número de entradas para FreakCon:* Se proporcionarán **150 entradas gratuitas** para Agencia Digital de Andalucía y Junta de Andalucía, a repartir entre sus empleados o personas clave, para que puedan disfrutar del evento, asegurando una visibilidad directa.

El contrato que se propone ahora tiene por objeto el patrocinio institucional del **evento FREAK-CON 2026**. Para este fin, desde la Dirección General de Estrategia Digital, previo informe favorable de la Dirección General de Comunicación Social, se facilitará a dicha entidad, la marca genérica de la Junta de Andalucía y de la Agencia Digital de Andalucía.

El evento **FREAKCON**, se desarrollarán del 22 al 24 de mayo en 2026 en el Palacio de Congresos de Torremolinos.

El adjudicatario **deberá aportar, una vez realizada la acción y como requisito previo para la tramitación de su factura, una memoria de ejecución** donde conste una evaluación detallada de los resultados publicitarios obtenidos con esta inversión, para su análisis y control por el Centro directivo.

5.- TIPO DE CONTRATO

En la calificación en función de su régimen jurídico de derecho administrativo o de derecho privado indicamos: contrato privado.

En función de su objeto: típicos, mixtos y administrativos especiales:

El objeto del presente contrato son prestaciones distintas de las definidas en el artículo 25.1.LCSP En función de su régimen jurídico de derecho comunitario:

- ✓Contratos NO sujetos a regulación armonizada.

En función de su régimen jurídico de derecho administrativo o de derecho privado:

- ✓ Contratos privados

6**.- PROCEDIMIENTO DE ADJUDICACIÓN Y JUSTIFICACIÓN EXPRESA DE LA ELECCIÓNDEL PROCEDIMIENTO, CUANDO SE UTILIZA UN PROCEDIMIENTO DISTINTO DEL ABIERTO O DEL RESTRINGIDO**.

No disponiendo este Centro directivo de los recursos técnicos necesarios para llevar a cabo esta actuación, y tratándose de un gasto puntual, se propone la siguiente contratación.

Procedimientos no ordinarios (en supuestos tasados):

- Negociado sin Publicidad.

Carlos Simón Ferrer		07/04/2026 14:25:07	PÁGINA: 5 / 13
VERIFICACIÓN	NJyGw4GB7jlc747P3wzQENHb3qMg5K	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	

- Se escoge el procedimiento negociado sin publicidad, conforme a lo establecido en el Artículo 168 a).2 de la LCSP, dado que las prestaciones, tal y como se ha expuesto en el apartado quinto de la presente memoria, sólo pueden ser encomendados a un empresario determinado, ya que procede la protección de derechos exclusivos de éste, incluidos los derechos de propiedad intelectual e industrial.

Sobre la utilización de este tipo de procedimiento en los contratos de patrocinio, se ha pronunciado la Junta Consultiva de Contratación Administrativa de la Comunidad Autónoma de Aragón, en su Informe 13/2012, de 11 de julio, que señala:

«*cualquier intento de forzar la concurrencia en una cuestión de esta naturaleza, siempre y a cualquier precio, solo podría acabar mezclando entidades con actividades muy diferentes, de difícil o imposible homogeneización, tanto en cuanto al presupuesto de la actividad, como en lo que a la difusión publicitaria pretendida se refiere. Normalmente se tratará de un contrato por razón de la persona o "intuito personae", en el que la concurrencia resultaría, si no en todos los casos, al menos, en muchos de ellos, incompatible con la naturaleza y objeto del contrato*».

El sector del videojuego es uno de los segmentos de actividad emergentes que presenta una gran capacidad de impacto en los mercados, tanto nacionales como internacionales. Este segmento está caracterizado por su alto grado de tecnología, internacionalización y su facilidad para operar bajo nuevos modelos de negocio. La importancia estratégica de la economía digital y de los contenidos digitales ha sido reconocida como motor de crecimiento, empleo y oportunidades futuras para nuestra región

El evento FREAKCON se han consolidado como un evento internacional dedicado a celebrar la cultura popular en todas sus extensiones: series de TV, manga, cómic, animación, cine, literatura fantástica, rol, juegos de mesa, ciencia ficción y videojuegos. Siendo la de 2026 la décima edición.

El evento llega al para alcanzar las cifras de asistentes inéditas en el Palacio de congresos de Torremolinos buscando superar los 45.000 visitantes reunidos durante los 3 días de celebración de la cultura geek y pop.

Como se ha mencionado anteriormente en la presente memoria y el pliego, la extensa y acreditada trayectoria del evento FREAKCON avala su capacidad para reunir, de una parte, a lo más selecto del panorama del sector, lo cual acrecienta el interés de este congreso como escenario de interés público para la promoción de unos sectores en situación de vulnerabilidad, debido a la coyuntura de los últimos años.

El evento está enfocado hacia el apoyo a iniciativas de emprendimiento, la captación de inversiones en el sector y el escalado de las iniciativas empresariales. La economía digital y los contenidos digitales son reconocidos como motores de crecimiento, empleo y oportunidades futuras para la región de Andalucía 4.

Por último, el patrocinio institucional del evento puede generar beneficios en términos de publicidad y ser más rentable que la publicidad tradicional.

Por otra parte, las consecuencias negativas que los diferentes sectores económicos vienen arrastrando por la pandemia del COVID-19, y más recientemente por la crisis derivada del encarecimiento de los insumos (materia prima, combustible, etc.) a raíz de los últimos conflictos armados como la guerra de Ucrania, o de la sequía del último año, han acuciado la necesidad de reforzar el apoyo a las empresas de nuestra agroindustria a través de acciones de promoción y eventos específicos dirigidos a generar nuevas oportunidades de negocio e impulsar las relaciones comerciales y la internacionalización de las empresas

Las circunstancias anteriormente expuestas motivan el que esta acción se constituya como escenario de interés público.

Resaltar también que, por parte de la empresa organizadora, se han dilatado excesivamente los

Carlos Simón Ferrer		07/04/2026 14:25:07	PÁGINA: 6 / 13
VERIFICACIÓN	NJyGw4GB7jlc747P3wzQENHb3qMg5K	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	

tiempos de respuesta para la concreción de información relativa a los contenidos propuestos para ser patrocinados, lo que ha demorado más de lo provisto por esta subdirección proponente el inicio de la tramitación del expediente de contratación. A pesar de lo indicado anteriormente, se propone que su tramitación se realice con carácter ordinario.

7.- DIVISIÓN EN LOTES DEL OBJETO DEL CONTRATO.

NO

Justificación de motivos válidos para la no división en lotes:

No cabe la división en lotes al tratarse de una prestación única donde además existen derechos exclusivos que obligan con un único empresario.

8.- PLAZO DE EJECUCIÓN (total y parciales) y PRÓRROGA, si la hubiera.

El plazo de ejecución se extenderá desde la fecha de formalización del contrato hasta el próximo 30 de junio de 2026, no existiendo posibilidad de prórroga.

Plazos parciales:

- Prestaciones objeto de contrato: desde la firma del contrato hasta la finalización del evento y ejecutados los trabajos de conformidad.
- Presentación de la memoria final: desde la finalización del evento hasta el 30 de junio de 2026.

9.- PRESUPUESTO BASE DE LICITACIÓN
El presupuesto base de licitación es de CUARENTA Y OCHO MIL CUATROCIENTOS EUROS (48.400,00€), 21% IVA INCLUIDO.

Conceptos Patrocinio Institucional	**IMPORTE**
Patrocinio del evento	40.000,00 €
TOTAL BASE IMPONIBLE (€)	40.000,00 €
IVA 21% (€)	8.400,00 €
TOTAL (€)	48.400,00 €

La determinación del presupuesto base de licitación se ha realizado a partir del dossier comercial que presenta la empresa organizadora única del evento y que, facilitado a la Subdirección proponente, en virtud del derecho de exclusiva que tiene sobre la organización y promoción del evento que se quiere patrocinar.

Este carácter inédito y diferencial, unido a la experiencia de la entidad organizadora así como a las previsiones de participación del sector y de impacto global económico y en medios, referidos la información anexa a esta memoria justificativa por la empresa adjudicatarias, hacen considerar su presupuesto como ajustado a los precios de mercado habituales para este tipo de acciones promocionales que contribuyen de manera muy efectiva a la consecución de las cifras de participación que se barajan para esta edición, gracias a fórmulas que incentivan la participación de profesionales y empresas, favoreciendo, por tanto nuevas oportunidades de negocio.

En atención a las recomendaciones que recoge el Informe de Fiscalización de la actividad publicitaria y de promoción de la Junta de Andalucía, aprobado el 13 de marzo de 2014 por el Pleno

Carlos Simón Ferrer		07/04/2026 14:25:07	PÁGINA: 7 / 13
VERIFICACIÓN	NJyGw4GB7jlc747P3wzQENHb3qMg5K	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	

de la Cámara de Cuentas de Andalucía (BOJA de 15 de mayo de 2014), entre las que se indica particularmente que "*154. Sería oportuno que en los expedientes de los contratos analizados constase documentación acreditativa que valore las prestaciones que debe realizar el patrocinado e incluyese información que permita comparar el coste del patrocinio con el coste de contratar a través de cualquiera de las otras fórmulas de contratación previstas en la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad. (§85,108,122,127) ……"* se han aportado al expediente de contratación del que es objeto esta memoria, documentos que respaldan los datos de impacto en medios que se han tenido en consideración a la hora de valorar la adecuación del presupuesto base de licitación a los precios de mercado habituales para este tipo de acciones.

En concreto, los datos de impacto en medios previstos para el evento **FREAKCON**, se detallan a continuación.

La edición de FreakCon 2025 tuvo un impacto global estimado de entre 14.000.000 € y 21.000.000 €, consolidándose como un evento de referencia con una repercusión masiva tanto en el ámbito financiero como en el comunicativo

El evento generará un impacto económico directo en el territorio de entre 4.000.000 € y 7.000.000 €. Este retorno se debe principalmente a:

- Gasto del visitante: Se estima que cada asistente gastó de media entre 90 € y 160 € por día
- Sectores beneficiados: El impacto beneficia de manera directa a la hostelería y restauración, alojamientos turísticos, comercios locales y transporte, además de a empresas del sector cultural y creativo
- Promoción del destino: El festival contribuye a posicionar a Andalucía y Torremolinos como destinos culturales dinámicos e innovadores, atrayendo a un público joven y familiar de todo el panorama nacional.

Por otro lado, la estrategia de comunicación logrará una visibilidad excepcional en múltiples canales:

- Alcance en medios: El festival llegará a más de 27.000.000 de personas a través de medios de comunicación tradicionales y digitales.
- Cobertura periodística: Se acreditarán más de 120 periodistas y se registraron más de 150 apariciones en medios de gran alcance como TVE, Telecinco, Canal Sur, Marca, 20 Minutos y La Razón.
- Valor publicitario: El valor publicitario equivalente (AVE) de la cobertura obtenida se estima en 4.110.000 €, aunque el impacto comunicacional real se valora entre los 10.000.000 € y 14.000.000 €.
- Redes sociales: La campaña en plataformas digitales superará las 6.000.000 de impresiones, impulsada por la interacción de comunidades fandom y creadores de contenido.

Además del valor monetario, el evento supuso un importante impacto social al dar visibilidad al sector del cómic, los videojuegos y la ilustración, sirviendo como punto de encuentro para el talento emergente y las industrias creativas

Respecto a la cartelera urbana se repartirá por los puntos más importantes de la ciudad de Málaga y Torremolinos por los cuales transcurrirá más de un millón de personas solo durante el mes.

Las principales acciones publicitarias y de difusión se dividen en las siguientes categorías:

Carlos Simón Ferrer		07/04/2026 14:25:07	PÁGINA: 8 / 13
VERIFICACIÓN	NJyGw4GB7jlc747P3wzQENHb3qMg5K	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	

- Publicidad Exterior y Soportes Físicos:
    - Vinilado de autobuses: Se realiza un vinilado integral en múltiples líneas de los autobuses de la EMT de Málaga.
    - MUPIS digitales: Presencia publicitaria en 25 caras de MUPIS situados en estaciones de autobús de la EMT de Málaga durante el mes de mayo.
    - Soportes urbanos: Instalación de banderolas, vallas publicitarias y cartelería oficial en diversos puntos estratégicos.
    - Presencia de marca en el evento: Inclusión de logotipos destacados en toda la cartelería, photocalls y programas de actividades del festival.
- Estrategia Digital y Redes Sociales
    - Redes Sociales: Gestión activa de perfiles (X/Twitter e Instagram) con publicaciones semanales que aumentan a más de una diaria al acercarse el evento.
    - Promoción con Influencers: Creación de un vídeo con un doblador reconocido (Locución VIP) para su promoción específica en Instagram durante mayo.
    - Newsletter: Envío boletines informativos a una base de más de 30.000 suscriptores para incentivar la compra de entradas.
    - Publicidad en pantallas: Durante los días del evento, se emite un loop de 8 segundos en todas las pantallas del recinto con contenido publicitario de los patrocinadores principales.
    - Presencia Web: Inserción de logotipos en la página principal y prioridad en la publicación de noticias.
- Relaciones con Medios y Prensa
    - Notas de prensa: Envío de notas de prensa (lanzamiento, invitados principales y post-evento) a una red de más de 550 periodistas y 330 medios de comunicación.
    - Eventos de prensa: Organización de ruedas de prensa y presentaciones oficiales del festival para medios especializados y generalistas.

Todas estas piezas comunicativas están diseñadas para dar visibilidad conjunta a la marca FreakCon y a la Agencia Digital de Andalucía (ADA) como principal impulsor del festival.

A continuación, se desglose de las contraprestaciones:

Contraprestación	**Descripción**	**Presupuesto / Impacto Económico**
Logotipo destacado	Inclusión del logo en todos los soportes oficiales (web, photocalls, programa, dossier, memoria) con prioridad para información y notas de prensa.	3.000,00 €
Cartelería y soportes urbanos	Presencia en carteles oficiales y soportes exteriores como banderolas, vallas publicitarias y MUPIS.	8.800,00 €

Carlos Simón Ferrer		07/04/2026 14:25:07	PÁGINA: 9 / 13
VERIFICACIÓN	NJyGw4GB7jlc747P3wzQENHb3qMg5K	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	

Publicidad dinámica	Emisión de un loop de 8 segundos en todas las pantallas del recinto durante los dos días del festival (específica para ADA y MISIÓN).	2.000,00 €
Publicidad en transporte	Inclusión del logotipo en el vinilado integral de autobuses de la EMT de Málaga.	16.800,00 €
Difusión digital	Presencia activa en redes sociales y newsletters con banners específicos de la Agencia.	5.200,00 €
Relaciones con medios	Participación y presencia en ruedas de prensa y presentaciones oficiales del festival.	1.200,00 €
Menciones en prensa	Logotipo en cabecera de envíos de prensa e incorporación de un párrafo corporativo de ADA y la Junta de Andalucía.	1.000,00 €
Derechos de contenido	Derecho a grabar vídeos y contenidos durante el festival para uso propio.	600,00 €
Stand promocional	Cesión de un espacio de **40m²** para promoción y contacto directo con visitantes.	1.000,00 €
Acceso al evento	Disponibilidad de entradas para el festival a disposición del patrocinador.	400,00 €

10.- VALOR ESTIMADO DEL CONTRATO

El valor estimado del contrato es de **CUARENTA MIL EUROS (40.000,00€), 21% IVA NO INCLUIDO**. Para calcular el valor estimado se ha tenido en cuenta el presupuesto base de licitación y la NO posibilidad de prórroga ni ninguna otra circunstancia del artículo 101 LCSP.

11.- REVISIÓN DE PRECIOS.

NO

12.- RÉGIMEN DE ABONO DEL PRECIO.

Pago único: Factura, correspondiente al 100% del importe de adjudicación: A la finalización del evento patrocinado, cumplidas las contraprestaciones previstas y recibida la memoria final de conformidad.

13.- FINANCIACIÓN.
La financiación se realizará con mediante siguiente la posición presupuestaria propuesta:

ANUALIDAD	PARTIDA PRESUPUESTARIA	IMPORTE
2026	0131010000 G/12D/22616/00 01	48.400,00 €

14.- PUBLICIDAD.
No procede.

15.- PROPUESTA DE CRITERIOS DE SOLVENCIA ECONÓMICA Y FINANCIERA
La acreditación de la solvencia económica y financiera se realizará por los medios que se señalan

Carlos Simón Ferrer		07/04/2026 14:25:07	PÁGINA: 10 / 13
VERIFICACIÓN	NJyGw4GB7jlc747P3wzQENHb3qMg5K	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	

a continuación que tendrán el carácter de alternativos:

1. Volumen anual de negocios, de la persona licitadora o candidata que, referido al año de mayor volumen de negocio de los tres últimos concluidos, deberá ser al menos de una vez y media el valor estimado del contrato, esto es, SESENTA MIL EUROS (60.000,00) (21% IVA EXCLUIDO).

El volumen anual de negocios de la persona licitadora se acreditará por medio de sus cuentas anuales aprobadas y depositadas en el Registro Mercantil

2. Patrimonio neto, según el balance correspondiente al último ejercicio económico de las cuentas anuales aprobadas deberá superar el 20 por 100 del valor estimado del contrato, esto es: OCHO MIL EUROS (8.000,00 EUROS) (21% IVA INCLUIDO).

El patrimonio neto de la persona licitadora se acreditará por medio de sus cuentas anuales aprobadas correspondientes al último ejercicio para el que esté vencida la obligación de aprobar las cuentas anuales, y depositadas en el Registro Mercantil u oficial que corresponda; si no lo estuvieran, deben presentarlas acompañadas de la certificación de su aprobación por el órgano de administración competente.

El depósito de las cuentas anuales se acreditará mediante certificación del depósito de cuentas anuales expedido por el Registro Mercantil o administrativo competente.

La subdirección proponente entiende que los citados criterios son los más adecuados para el contrato por su viabilidad, objetividad y eficacia en la comprobación de la solvencia económica y financiera de la empresa adjudicataria, de cara a la buena ejecución de las contraprestaciones objeto del patrocinio.

16.- PROPUESTA DE CRITERIOS DE SOLVENCIA TÉCNICA O PROFESIONAL
La solvencia técnica o profesional se acreditará por los medios que se señala a continuación:

- Experiencia en organización de eventos similares:

La acreditación de la solvencia técnica se realizará con la declaración responsable de haber organizado al menos un evento similar y la descripción de mismo.

17.- PROPUESTA DE CONDICIONES ESPECIALES DE EJECUCIÓN
No

18.- CLASIFICACIÓN DE LAS ENTIDADES PARTICIPANTES.
NO es obligatoria. Según lo estipulado en el artículo 77.1.c de la LCSP.

19.- GARANTÍA.
Garantía provisional: NO

Garantía definitiva: Sí: 3% del precio final ofertado excluido el IVA

20.- PROPUESTA DE CRITERIOS DE ADJUDICACIÓN
Al tratarse de un contrato negociado sin publicidad por razón de exclusividad, no sería de aplicación lo establecido en el artículo 26 del Decreto Ley 3/21, de 16 de febrero, en el que se dice lo siguiente:

"*serán criterio de adjudicación, entre otros, la evaluación de la calidad a partir de las características intrínsecas de los equipos y la adecuación entre los equipos ofertados y el parque de equipos destinado a realizar idénticas tareas analítica en el laboratorio de destino, así como de los medios personales adscritos al mismo contrato, que tendrá en cuenta la idoneidad del personal, vinculado directamente con la Dirección Técnica ,la formación y los mantenimientos de los equipos objetos del presente contrato, en atención a su titulación y especialización, así como los programas de formación y control de calidad."*

Carlos Simón Ferrer		07/04/2026 14:25:07	PÁGINA: 11 / 13
VERIFICACIÓN	NJyGw4GB7jlc747P3wzQENHb3qMg5K	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	

Se tendrán en cuenta como criterios de adjudicación para valorar la mejor relación calidad/precio y criterios automáticos dado que la prestación está perfectamente definida técnicamente y no es posible variar los plazos ni introducir modificaciones de ninguna clase en el contrato, siendo por consiguiente el precio el único factor determinante de la adjudicación.

La máxima puntuación (100 puntos) la obtendrá la oferta económica más baja.

Se aplicará la siguiente fórmula para la obtención de la puntuación (X) del resto de ofertas económicas (Of) admitidas:

X=(OMB x Max)/Of

siendo,

Max= Puntuación máxima de la proposición económica

OMB= Oferta económica Más Baja (en euros)

Of= Oferta económica de la empresa (en euros)

21.- UMBRAL MÍNIMO PARA CONTINUAR CON EL PROCESO SELECTIVO.
NO

22.- CONSIDERACIONES SOCIALES, ÉTICAS, LABORALES, AMBIENTALES O DE OTRO ORDEN.
Consideraciones de carácter medioambiental: comunicaciones electrónicas. En la ejecución del contrato las comunicaciones formales, documentos, resúmenes, informes, etc. asociadas a los servicios prestados, se realizarán por el contratista en formato digital y se remitirán vía telemática a fin de evitar el uso de papel. Por parte de la persona responsable del contrato se realizará con una periodicidad trimestral las comprobaciones necesarias a fin de asegurar el cumplimento de la condición establecida.

23.- SUBCONTRATACIÓN.
No procede.

24.- PENALIDADES.
No procede.

25.-PARÁMETROS OBJETIVOS PARA CONSIDERAR UNA OFERTA ANORMALMENTE BAJA.

No procede.

El presupuesto de licitación se establece en función de las tarifas establecidas por la empresa exclusivista según lo indicado en el apartado 10 de la presente Memoria.

26.- REGISTRO ADMINISTRATIVO DE REMISIÓN DE LAS FACTURAS DEL CONTRATISTA.

Están obligadas al uso de la factura electrónica las entidades relacionadas en el artículo 4 de la Ley 25/2013, de 27 de diciembre, que hayan entregado bienes o prestado servicios a la Administración de la Junta de Andalucía y a los entes indicados en el artículo 2.1 a), b), c) y d) de la presente Orden, sin perjuicio de lo regulado en la disposición transitoria. Se excluyen de dicha obligación las facturas cuyo importe sea de hasta 5.000 euros, y las emitidas por las personas o entidades proveedoras a los servicios en el exterior, hasta que dichas facturas puedan satisfacer los requerimientos para su presentación a través del Punto General de Entrada de Facturas Electrónicas, y los servicios en el exterior dispongan de los medios y sistemas apropiados para su recepción en dichos servicios.

Carlos Simón Ferrer		07/04/2026 14:25:07	PÁGINA: 12 / 13
VERIFICACIÓN	NJyGw4GB7jlc747P3wzQENHb3qMg5K	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	

Deberá usarse el Punto General de Entrada de Facturas Electrónicas de la Administración General del Estado (FACE), cuya dirección es https://face.gob.es/.

Las facturas deberán ser remitidas al siguiente código DIR3:

Oficina Contable	Órgano Gestor	Unidad Tramitadora
Intervención General A01004456	Agencia Digital de Andalucía A01035272	Agencia Digital de Andalucía A01035272

27.- UNIDAD ENCARGADA DEL SEGUIMIENTO Y EJECUCIÓN ORDINARIA DEL CONTRATO.

La subdirección de puesto de trabajo.

28.- PROPUESTA DE LA PERSONA RESPONSABLE DEL CONTRATO.

Carlos Simón Ferrer: Subdirector de puesto de trabajo.

29.- PERSONAS QUE PARTICIPAN EN LA REDACCIÓN DE LA DOCUMENTACIÓN TÉCNICA DEL CONTRATO

Carlos Simón Ferrer: Subdirector de puesto de trabajo.

En Sevilla, a fecha de firma electrónica

EL SUBDIRECTOR DE PUESTO DE TRABAJO

Fdo.: Carlos Simón Ferrer.

Carlos Simón Ferrer		07/04/2026 14:25:07	PÁGINA: 13 / 13
VERIFICACIÓN	NJyGw4GB7jlc747P3wzQENHb3qMg5K	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	