

MEMORIA JUSTIFICATIVA Y DE INSUFICIENCIA DE MEDIOS PARA LA CONTRATACIÓN MEDIANTE UN PROCEDIMIENTO NEGOCIADO SIN PUBLICIDAD DEL PATROCINIO DEL INFORME ANUAL DEL SECTOR AEROSPAZIAL ANDALUZ Y SUS COMUNICACIONES PÚBLICAS. CONTR 2026 124319.

1. Necesidad e idoneidad de la contratación.

El Estatuto de Autonomía para Andalucía, aprobado mediante Ley 2/2007, de 19 de marzo, establece en su artículo 58.2.1º y 3º que corresponde a la Comunidad Autónoma de Andalucía de acuerdo con las bases y la ordenación de la actividad económica general y en los términos de lo dispuesto en los artículos 38, 131 y 149.1.11º y 13º de la Constitución, la competencia sobre fomento y planificación de la actividad económica en Andalucía y sobre industria, salvo las competencias del Estado por razones de seguridad, sanitarias o de interés de la Defensa.

La Secretaría General de Industria y Minas ostenta, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 5.1.c) del Decreto 163/2022, de 9 de agosto, por el que se regula la estructura orgánica de la Consejería de Política Industrial y Energía, actual Consejería de Industria, Energía y Minas, las competencias sobre:

*“El fomento y **la promoción de las actividades industriales** y mineras mediante la creación, gestión y diseño de instrumentos y planes de apoyo al desarrollo del tejido productivo industrial y minero, industria 5.0, y los servicios relacionados con estos, **incluida su promoción exterior**.*

*Así mismo, el fomento y **la promoción de las actividades aeroespaciales** mediante la creación, gestión y diseño de políticas, instrumentos y planes de apoyo al desarrollo del sector y mediante la colaboración con la Consejería con competencias en materia de innovación, en el impulso, coordinación y desarrollo de la Estrategia Aeroespacial de Andalucía”.*

Entre las oportunidades industriales más destacadas que se presentan en Andalucía se encuentran las ligadas al sector aeronáutico y la industria del Espacio, que representan sectores industriales manufactureros que mantienen una conexión directa con otros sectores industriales estratégicos, como el sector de producción de metales o el de la fabricación de productos metálicos para los sistemas avanzados de transporte, y, por lo tanto, cuenta con una especial capacidad tractora para la industria.

De esta manera, la Estrategia Aeroespacial de Andalucía contempla entre sus objetivos específicos el de promocionar e innovar en nuevas tecnologías en el sector aeroespacial, incluidas aquellas tecnologías disruptivas, con la finalidad de apoyar la financiación de las empresas en tecnologías de la denominada aviación del futuro, contemplándose medidas dirigidas a la aplicación de los instrumentos financieros reembolsables y no reembolsables existentes a las empresas en las referidas materias. Por otro lado, la designación de Sevilla como sede de la Agencia Espacial Española refuerza las referidas oportunidades industriales.

A través de su política industrial, Andalucía aspira a seguir avanzando en el desarrollo de las capacidades necesarias para el impulso de proyectos industriales de alta tecnología, así como el fomento de la aplicación de las tecnologías digitales en el desarrollo de los procesos y servicios o productos industriales que impulsen igualmente la transición digital de los sectores tradicionales y el desarrollo de actividades de mayor valor añadido, que aliente el desarrollo del talento, la tecnología y la innovación. Es por ello por lo



JOSE JAVIER ALONSO MEMBRIVES		29/04/2026 16:57:26	PÁGINA: 1 / 13
VERIFICACIÓN	NJyGw97D2x3SC1BCq4FrUrvh5Qnwh6	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



que la primera de las medidas incluidas en el «Plan de Acción CRECE Industria en Andalucía» se refiere precisamente al «Fomento de las actividades industriales de alto valor añadido e innovación», con el objetivo de reforzar el posicionamiento global de las cadenas de valor industriales de Andalucía, y particularmente de las actividades de alta tecnología, así como la atracción de inversiones para reforzar tecnológicamente estas cadenas de valor.

Precisamente, en el ámbito de la industria de alta tecnología, destaca en Andalucía el sector aeroespacial, que igualmente se busca impulsar habida cuenta de su especial capacidad tractora para la industria. En este sentido, la Estrategia Aeroespacial de Andalucía contempla entre sus objetivos específicos el de promocionar e innovar en nuevas tecnologías en el sector aeroespacial, incluidas aquellas tecnologías disruptivas, con la finalidad de apoyar la financiación de las empresas en tecnologías del denominado «New Space», contemplándose medidas dirigidas a la aplicación de instrumentos financieros no reembolsables.

En Andalucía contamos con el Clúster Andalucía Aerospace, entidad que elabora su propio informe anual sobre el sector aeroespacial en nuestra región. Como indica en su oferta, según los datos del último informe aeroespacial andaluz correspondiente al año 2024, el sector se compone de 148 empresas, que facturan 2.914 M€ y generan 15.496 empleos. Estos datos suponen un crecimiento del 6,8% en facturación y del 7,3% en empleo, consolidando el crecimiento del sector y reforzando su posicionamiento como industria estratégica en Andalucía.

La actividad se distribuye principalmente en Sevilla (105 empresas) y Cádiz (23), junto con Málaga (13), Córdoba (3), Jaén (2), Huelva (1) y Granada (1). Contribuye al PIB andaluz, con un porcentaje de 1,32% en el año 2024. Considerando el PIB industrial andaluz, la aportación del sector aeroespacial alcanza el 13,84%, un punto más que en 2023.

El sector aeroespacial es bastante diverso en su tipología. Se consideran 4 segmentos principales para clasificar la actividad de las empresas del sector: industria aeronáutica (125), Aviación general (11), Espacio (8), UAS y Movilidad aérea (4). Atendiendo a su actividad principal, encontramos empresas de aeroestructuras, actividades mecánicas y utillaje (54 empresas), de ingeniería y consultoría (34), servicios (24), equipos y sistemas (14), ensayos y análisis técnicos (11), integradores (7), MRO (4).

Otro aspecto destacable del sector, en línea con lo que acontece a nivel español y europeo, es la alta cualificación que caracteriza al empleo, ya que el 44% de los 15.496 empleados son titulados superiores y el 40% operarios cualificados y FP. El empleo femenino del sector está representado por un 22%.

Además, Andalucía cuenta con una red de infraestructuras del más alto nivel que la sitúan como una localización de referencia en Europa:

- Parque Aeroespaciales (Aeropolis en Sevilla, CBC en Cádiz, Parque Tecnológico de Andalucía en Málaga)
- Centro avanzado de Tecnologías Aeroespaciales (CATEC): Centro tecnológico de referencia para el sector aeroespacial andaluz, que ofrece soluciones de I+D+i para la industria en los ámbitos de: Automatización y robótica; Aviónica y sistemas; Materiales y procesos.
- Centros de vuelos experimentales: ATLAS (Jaén) y CEUS (Huelva).

JOSE JAVIER ALONSO MEMBRIVES		29/04/2026 16:57:26	PÁGINA: 2 / 13
VERIFICACIÓN	NJyGw97D2x3SC1BCq4FrUrvh5Qnwh6	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



Otros aspectos que contribuyen a la fortaleza del sector aeroespacial son las plantas de Airbus en Andalucía. Andalucía cuenta con tres plantas de ensamblaje de Airbus en San Pablo (Sevilla), Tablada (Sevilla) y en Airbus Cádiz. Se encuentran en Andalucía varias academias de entrenamiento para pilotos (Airbus, Pegasus Aero Group, FTE Jerez y Aerodynamics Academy), y hangares de MRO de Ryanair (Sevilla).

La estrategia aeroespacial andaluza 2020-2027 define cinco grandes líneas estratégicas para el desarrollo del sector:

- inversión en tecnologías;
- cualificación del sector;
- promoción de nuevos productos y mercados;
- potenciación del ecosistema aeroespacial;
- formación para el sector.

Finalmente, el Clúster Andalucía Aerospace contribuye de forma activa al fortalecimiento del sector aeroespacial andaluz, con más de 100 empresas trabajando juntas para lograr un mismo objetivo: el crecimiento y progreso del sector.

Todas ellas constituyen motivos suficientes para patrocinar el informe del sector aeroespacial. Puede advertirse el gran retorno de la misma en impacto dado el volumen de empresas del sector anteriormente citado.

Respecto al precio de adjudicación queda perfectamente justificado por el esperado retorno en cuanto la publicidad de la marca de esta Consejería, el cual supera el coste del contrato que se pretende adjudicar, como queda expresado en la oferta:

“Para cuantificar el retorno de la inversión del patrocinio solicitado, detallamos a continuación el VPE (Valor Publicitario Equivalente) de la publicación del Informe del Sector Aeroespacial andaluz en 2024 en los medios de comunicación.

El VPE refleja el valor económico que tiene la aparición de una noticia en cualquier medio de comunicación, en función del espacio ocupado en prensa escrita o el tiempo dedicado en radio y TV, y nos sirve para medir el retorno de la inversión (ROI).

Estas mediciones y valoraciones vienen determinadas por los baremos que establecen las empresas de clipping y monitoreo de noticias, y que tienen en cuenta, en el caso de la prensa escrita por ejemplo, las tiradas de los periódicos y sus audiencias de lectores. Pero también se computan y valoran las apariciones en medios online, radio y televisión”.

A modo de ejemplo, se detallan en Anexo el VPE solo las apariciones en prensa escrita de la presentación del Informe del Sector Aeroespacial Andaluz 2024 que asciende a 48.985,00 euros. Se presentó un avance de los datos de facturación y empleo en el marco de la feria internacional Paris Air Show el 18 de junio de 2025. Un mes después, el 18 de julio de 2025, se presentó el informe completo en la sede de la Confederación de Empresarios de Andalucía (CEA) en Sevilla.

JOSE JAVIER ALONSO MEMBRIVES		29/04/2026 16:57:26	PÁGINA: 3 / 13
VERIFICACIÓN	NJyGw97D2x3SC1BCq4FrUrvh5Qnwh6	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



En radio y TV también hubo coberturas de la noticia, cuyo VPE siempre es más elevado. En resumen, y teniendo en cuenta el importe del patrocinio solicitado, solo el VPE en prensa escrita lo triplica, con lo que el ROI está asegurado”.

Por todo ello, se hace necesario, mediante un contrato privado de patrocinio, de conformidad con el artículo 22 de la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad, en relación con el artículo 26 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, patrocinar el informe anual del sector aeroespacial andaluz y sus comunicaciones públicas, que implicará la presencia de la marca de la Consejería de Industria, Energía y Minas en este informe y en las actividades de difusión del mismo, así como, fundamentalmente, visibilizar el compromiso de la Junta de Andalucía con el sector aeroespacial andaluz.

En este sentido, éste se define como *“aquél por el que el patrocinado, a cambio de una ayuda económica para la realización de su actividad deportiva, benéfica, cultural, científica o de otra índole, se compromete a colaborar en la publicidad del patrocinador.”* Por lo tanto, el patrocinador se obliga a pagar una cantidad de dinero determinada a favor de otra persona o entidad a cambio de utilizar su buena imagen en el ejercicio de sus actividades. Esta publicidad no podrán incurrir en ningún supuesto de prohibición del artículo 4.2 de la Ley 6/2005, de 8 de abril, reguladora de la Actividad Publicitaria de las Administraciones Públicas de Andalucía.

La determinación de la naturaleza jurídica del patrocinio está en relación directa con la causa del mismo, con la finalidad de un patrocinio, con el grado de importancia de la actividad de fomento que financia, siendo la causa principal del patrocinio la publicidad institucional a través de la financiación de una actividad privada de un particular. Asimismo, al tratarse de un contrato privado, puesto que no es uno de los contratos administrativos típicos recogidos en el artículo 12 y siguientes 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 LCSP 2017) en particular su objeto no encaja en ninguno de los supuestos contemplados en dicho cuerpo legal, ni tampoco se presenta como un contrato administrativo especial ya que no está vinculado al giro o tráfico específico de la Administración ni satisface de forma directa e inmediata finalidad pública de la específica competencia de ésta.

La nota característica y que diferencia el contrato de patrocinio **es la ausencia de profesionalidad de la otra parte contratante, cuestión evidente en este contrato**: mediante el contrato de patrocinio la Administración recibe determinada publicidad, porque presta una ayuda económica a una actividad con una específica repercusión mediática, obteniendo de esa forma publicidad.

También es importante establecer la diferencia que existe entre el contrato de Patrocinio y una subvención, a fin de evitar cualquier tipo de dudas que pueda surgir a lo largo de la tramitación de este expediente, tal y como recoge diversos informes de la Intervención General del Estado, Junta Consultiva de Aragón, e incluso artículos de opinión realizados en el observatorio de contratación pública.

La Junta Consultiva de Aragón recoge, por ejemplo, que la *“equivalencia entre las prestaciones de las partes debe quedar claramente constatada en los pliegos y en el propio documento contractual, de forma que la*

JOSE JAVIER ALONSO MEMBRIVES		29/04/2026 16:57:26	PÁGINA: 4 / 13
VERIFICACIÓN	NJyGw97D2x3SC1BCq4FrUrvh5Qnwh6	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



colaboración en la publicidad de la Administración para el patrocinio tenga entidad suficiente para constituir una contraprestación a la aportación económica que percibe, y así descartar, que, tras la figura de un contrato, pueda ocultarse la concesión de una subvención.”

Asimismo, señala que el “*contrato de patrocinio, aún en el caso de ser celebrado por una Administración Pública, tiene consideración de contrato privado, pues el patrocinado, como se ha expuesto anteriormente, no es una empresa dedicada a los servicios publicitarios, lo que excluye la posibilidad de considerarlo como contrato administrativo de servicios...*”

En cuanto a si el gasto, objeto del expediente tiene naturaleza jurídica de subvención habrá que comprobar en primer lugar si el objeto del contrato cumple los requisitos que caracterizan a las subvenciones según lo dispuesto en el artículo 2.1.a) de la Ley General de subvenciones, a saber:

- a) Que la entrega se realiza sin contraprestación directa del beneficiario.
- b) Que dicha entrega está sujeta al cumplimiento de un determinado objetivo, la ejecución de un proyecto, la realización de una actividad, ya realizados o por desarrollar.
- c) Que el proyecto o la acción tienen por objeto el fomento de una actividad de utilidad pública o interés social o de promoción de una finalidad pública.

Como se puede ver a lo largo de todo esta memoria, existe una contraprestación directa la cual consiste en visibilizar el compromiso de la Junta de Andalucía con la industria aeroespacial andaluza. Ello es lo que denomina la Junta Consultiva de Aragón “*publicidad de carácter indirecto que se ha dado en llamar retorno publicitario*” a través de la campaña de publicidad que la entidad pone en marcha para la difusión de la actividad.

Continúa la Junta Consultiva de Aragón: “*...retorno publicitario y que consiste fundamentalmente en que el patrocinado permite que el patrocinador haga pública su colaboración económica en la actividad del patrocinado y también, si así se estipula, en que el patrocinado realice comportamientos activos con esa misma finalidad*”.

El patrocinador, a cambio, disfruta de la notoriedad y de la resonancia de la actividad que desarrolla el patrocinado, con el fin de incrementar entre el público el conocimiento de su nombre o marca y de favorecer su imagen.

No podemos obviar que la obligación del beneficiario de una subvención, en cuanto a la publicidad, tan sólo consiste en incorporar el logo corporativo en toda la publicidad que se ponga en marcha a fin de promocionar el proyecto. Mediante la subvención se fomenta, se promociona una actividad, proyecto o acción concreto y específico de utilidad pública o interés social o de promoción de una finalidad pública. En ello, lo que está claro que el interés no consiste en obtener publicidad: a través de una subvención lo que realmente se publicita es la administración pública que apoya económicamente ese proyecto.

Por lo tanto, la Junta de Andalucía, si ése fuese el caso, no recibiría ningún bien o servicio a cambio de su aportación; realizaría una aportación patrimonial gratuita, no obteniendo, a cambio, ningún resultado del

JOSE JAVIER ALONSO MEMBRIVES		29/04/2026 16:57:26	PÁGINA: 5 / 13
VERIFICACIÓN	NJyGw97D2x3SC1BCq4FrUrvh5Qnwh6	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



encuentro. Así se detalla de forma expresa en el artículo 2.3.b) del Reglamento de la LGS, en el que ésta se declara aplicable, en particular, a “*los convenios de colaboración por los que los sujetos previstos en el artículo 3 de la Ley (esto es, los competentes para otorgar subvenciones) asumen la obligación de financiar, en todo o en parte, una actividad ya realizada o a realizar por personas sujetas a derecho privado y cuyo resultado, material o inmaterial, resulte de propiedad y utilización exclusiva del sujeto de derecho privado*”, por lo que en estos casos resulta indubitable la aplicación de la LGS (Informe de la Intervención General del Estado de 1 de marzo de 2008).

Realmente, ante lo expuesto, es donde consideramos que radica la diferencia principal del patrocinio, como podemos ver, éste va más allá de una subvención, puesto que aquí existen obligaciones determinadas para las partes intervinientes, cuyo objeto es dar visibilidad a Andalucía como región comprometida con el sector aeroespacial y desarrollo de la Estrategia Aeroespacial de Andalucía, y, por tanto, destino de inversión en diversas plataformas, puesto que su repercusión en los medios de comunicación proporcionará un beneficio publicitario e incluso económico, superior a otros sistemas de publicidad directa o convencionales.

Se respetan, por ende, los principios recogidos en el artículo 4.1 de la Ley 6/2005, de 8 de abril, según lo dispuesto en su artículo 1.

2. Objeto y descripción.

Se trata del patrocinio del informe anual del sector aeroespacial andaluz y sus comunicaciones públicas.

Las actividades objeto de patrocinio, en las que deberá hacerse contar la marca y la presencia de la Consejería de Industria, Energía y Minas, y las prestaciones que se derivan de ellas son:

1. Elaboración del informe:

1.1. Recogida de información.

La recopilación de información se realiza a través del envío de cuestionarios vía mail, con una presentación del objetivo del estudio. Los cuestionarios se envían a todas las entidades del sector aeroespacial censadas e Andalucía, más de 145.

1.2. Edición del informe.

El informe se presenta en formato visual, intuitivo y sencillo para facilitar la comprensión de la audiencia. Se prepara en dos idiomas: castellano e inglés.

El informe se estructura en los siguientes contenidos:

- Introducción: balance del año anterior y perspectivas del año en curso
- Estructura del sector (número y distribución de empresas)
- Ventas
- Empleo y cualificación
- Productividad

JOSE JAVIER ALONSO MEMBRIVES		29/04/2026 16:57:26	PÁGINA: 6 / 13
VERIFICACIÓN	NJyGw97D2x3SC1BCq4FrUrvh5Qnwh6	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



- Exportación
- Innovación
- Contribución al PIB

2. Presentación pública.

Se realizarán las siguientes actuaciones:

- Rueda de prensa en Sevilla con invitación a los principales representantes de los medios de comunicación andaluces.
- Presentación al sector aeroespacial andaluz y otras entidades de interés.
- Una vez presentado el informe de forma pública se comparte vía mailing con todos los asociados de Andalucía Aerospace y los principales actores del ecosistema aeroespacial españoles y europeos: empresas aeroespaciales y Administraciones andaluzas; otros clústeres: HEGAN (País vasco), AERA (Aragón); TEDAE (Asociación Aeroespacial Nacional), EACP (European Aerospace Cluster Partnerships): organización que engloba a 45 clústeres aeroespaciales de 18 países.
- Presentación del informe en Farnborough International Airshow (julio 2026). Este evento bienal es una de las más importantes ferias comerciales del mundo para las industrias aeroespacial, de defensa y espacial.
- Un resumen de los datos principales del informe se incluirá en la presentación del sector aeroespacial andaluz que utiliza Andalucía Aerospace en todas sus reuniones y participaciones en eventos con interlocutores de interés, como:
 - Ferias aeroespaciales internacionales (Paris Air Show, Farnborough, Aeromart Toulouse, ...).
 - Misiones comerciales (EEUU, Marruecos, México, Alemania, entre otras)

3. Contraprestaciones del patrocinador:

- Incluir la marca de la Consejería de Industria, Energía y Minas en todas las comunicaciones relativas con los eventos de presentación del informe, citados anteriormente.
- Participación conjunta en la rueda de prensa de presentación del informe.
- La posibilidad de participar en las jornadas de presentación.
- La posibilidad de presentar el informe en otros foros.
- Incluir la marca de la Consejería de Industria, Energía y Minas en las presentaciones donde se utilicen los datos.
- Citar el patrocinador cuando se utilicen los datos.

JOSE JAVIER ALONSO MEMBRIVES		29/04/2026 16:57:26	PÁGINA: 7 / 13
VERIFICACIÓN	NJyGw97D2x3SC1BCq4FrUrvh5Qnwh6	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



- Citar el patrocinador en el correo de presentación del informe.
- Incluir información del patrocinador en la nota de prensa.
- Visibilidad de la marca de la Consejería de Industria, Energía y Minas en el informe y en todas las acciones públicas asociadas a su presentación.
- Incluir el informe en la web del patrocinador.

Las actividades que conforman el objetivo de aplicación de los servicios requeridos en el presente contrato, en base a su CPV, se especifican en la tabla siguiente:

CÓDIGO CPV	ACTIVIDAD
79341000-6	Servicios de publicidad

3. Justificación de insuficiencia de medios.

De cara al desarrollo de los trabajos previstos, y dado que se trata de un contrato de patrocinio que sólo puede adjudicarse a la entidad organizadora del Congreso, lógicamente, se hace necesario contar con los servicios de la misma.

Los medios humanos y materiales propios disponibles en la Secretaría General de Industria y Minas carece de los equipos técnicos y del conocimiento necesario y obligatoriamente interdisciplinar para la realizar las tareas objeto del procedimiento de contratación, así como no corresponder a sus tareas ordinarias la realización de ejecutar servicios de publicidad.

Con la externalización del servicio no se trata de cubrir necesidades permanentes de personal para el ejercicio de las competencias propias de esos centros directivos, ya que únicamente desarrolla una serie de actuaciones especializadas concretas.

Asimismo, la entidad deberá acreditar los requisitos exigidos de solvencia y capacidad técnica y económico-financiera dentro de la licitación de acuerdo con lo dispuesto en la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público, por la que se trasponen 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 LCSP).

4. Presupuesto base de licitación y plazo de ejecución.

4.1. Presupuesto base de licitación.

- **Importe total (IVA excluido):** Doce mil euros (12.000,00 €).
- **Importe del IVA:** Cuatro mil quinientos euros (2.520,00 €).
- **Importe total (IVA incluido):** Catorce mil quinientos veinte euros (14.520,00 €).

JOSE JAVIER ALONSO MEMBRIVES		29/04/2026 16:57:26	PÁGINA: 8 / 13
VERIFICACIÓN	NJyGw97D2x3SC1BCq4FrUrvh5Qnwh6	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	

**Importe desglosado:**

1. Inclusión del logo del patrocinador en el informe del sector y en otras comunicaciones relativas a los eventos de presentación del informe	1.000 €
2. Actos de presentación del informe, preparación de convocatorias de prensa, redacción y envío de notas de prensa en español e inglés, gestiones con medios de comunicación	3.000 €
3. Repercusión mediática en prensa escrita, digital, radio y TV. Realización de clipping de prensa	6.000 €
4. Libre uso por parte del patrocinador de los datos reflejados en el informe del sector para sus comunicaciones relacionadas con el sector aeroespacial	2.000 €

Valor publicitario equivalente.

El VPE refleja el valor económico que tiene la aparición de una noticia en cualquier medio de comunicación, en función del espacio ocupado en prensa escrita o el tiempo dedicado en radio y TV, y nos sirve para medir el retorno de la inversión (ROI).

Estas mediciones y valoraciones vienen determinadas por los baremos que establecen las empresas de clipping y monitoreo de noticias, y que tienen en cuenta, en el caso de la prensa escrita por ejemplo, las tiradas de los periódicos y sus audiencias de lectores. Pero también se computan y valoran las apariciones en medios online, radio y televisión.

A modo de ejemplo, detallamos a continuación el VPE solo de las apariciones en prensa escrita de la presentación del Informe del Sector Aeroespacial Andaluz 2024. Se presentó un avance de los datos de facturación y empleo en el marco de la feria internacional Paris Air Show el 18 de junio de 2025. Un mes después, el 18 de julio, se presentó el informe completo en la sede de la Confederación de Empresarios de Andalucía (CEA) en Sevilla.

Visibilidad proporcionada al patrocinador: **Cálculo del Valor Publicitario Equivalente (según contrato ejercicio 2025)**

MEDIO	TITULAR	VPE	DIFUSIÓN
ABC de Sevilla 18/06/2025	El sector aeroespacial andaluz facturó casi 3.000 millones en 2024	1.575 €	19.138
Diario de Sevilla 18/06/2025	El sector aeroespacial andaluz suma un negocio récord de 2.914 millones	3.496 €	11.551
La Razón Andalucía 18/06/2025	La industria aeroespacial andaluza eleva el vuelo	6.600 €	5.494
Viva Sevilla	Paradela cifra en 2.914 millones la	4.030 €	10.756

JOSE JAVIER ALONSO MEMBRIVES		29/04/2026 16:57:26	PÁGINA: 9 / 13
VERIFICACIÓN	NJyGw97D2x3SC1BCq4FrUrvh5Qnwh6	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



18/06/2025	facturación del sector en 2024		
ABC de Sevilla 19/07/2025	Las ventas del sector aeroespacial andaluz crecen casi un 30% en la última década	9.090 €	19.138
La Razón 19/07/2025	El sector andaluz aeroespacial continúa en órbita ascendente	6.600 €	5.494
Diario de Sevilla 19/07/2025	Aranceles y captación de talento, los retos del sector aeroespacial	3.496 €	11.551
Diario de Cádiz 19/07/2025	Aranceles y captación de talento, los retos del sector aeroespacial	4.323 €	11.303
Diario de Jerez 19/07/2025	Aranceles y captación de talento, los retos del sector aeroespacial	1.953 €	3.458
Diario de Almería 19/07/2025	Aranceles y captación de talento, los retos del sector aeroespacial	1.526 €	1.315
Málaga Hoy 19/07/2024	Aranceles y captación de talento, los retos del sector aeroespacial	2.594 €	4.227
Europa Sur 19/07/2025	Aranceles y captación de talento, los retos del sector aeroespacial	1.645 €	1.749
Huelva Información 14/07/2025	Aranceles y captación de talento, los retos del sector aeroespacial	2.057 €	3.811

4.2. Plazo de ejecución.

El plazo de ejecución del contrato es desde el 1 de junio de 2026, o desde la fecha de formalización del mismo si fuere posterior y hasta el 15 de diciembre de 2026, contemplándose dos posibles prórrogas para 2027 y 2028 con idéntico periodo de celebración.

JOSE JAVIER ALONSO MEMBRIVES		29/04/2026 16:57:26	PÁGINA: 10 / 13
VERIFICACIÓN	NJyGw97D2x3SC1BCq4FrUrvh5Qnwh6	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



5. Justificación del procedimiento de contratación.

Por las características propias de esta contratación, calificada de servicios en virtud del artículo 17 de la LCSP, **se propone realizar esta adjudicación por procedimiento negociado sin publicidad**, garantizándose, salvo en aquellos aspectos que resultan de la propia naturaleza del procedimiento de adjudicación propuesto, el cumplimiento de los principios transversales recogidos en el artículo 1.1 de dicha LCSP.

De conformidad con el artículo 168.a.2º de la LCSP, contempla como supuesto para el uso del procedimiento negociado sin publicidad:

*“2.º Cuando las obras, los suministros o los servicios **solo puedan ser encomendados a un empresario determinado, por alguna de las siguientes razones:** que el contrato tenga por objeto la creación o adquisición de una obra de arte única no integrante del Patrimonio Histórico español o actuación artística única; **que no exista competencia por razones técnicas;** o que proceda la protección de derechos exclusivos, incluidos los derechos de propiedad intelectual e industrial”.*

Como señala la propia entidad, es el único informe que se realiza con ámbito autonómico, amén de que el clúster aglutina a las empresas más representativas del sector y cuya presentación se realiza, asimismo, en ferias internacionales. Desde su creación en 2018, Andalucía Aerospace ha sido la entidad encargada de recopilar, analizar y publicar los datos del informe del sector aeroespacial andaluz. Esto es, es el único agente que produce un informe anual, homogéneo, continuado y sectorial, validado por las propias empresas y utilizado como referencia por las administraciones públicas:

- Se publica cada año.

- Utiliza datos declarados directamente por las empresas.

- Aplica la misma metodología año tras año, permitiendo comparabilidad.

Ante la inexistencia de estadísticas públicas oficiales que describan el sector aeroespacial andaluz con precisión, el informe anual de Andalucía Aerospace cubre un vacío estructural de información. El Instituto Nacional de Estadística (INE) no ofrece datos sectoriales aeroespaciales desagregados a nivel autonómico con el grado de detalle necesario. Además, los códigos CNAE no reflejan bien la realidad de la cadena de valor aeroespacial al mezclar actividades aeronáuticas con otras industriales.

Por tanto, Andalucía Aerospace es actualmente el organismo con capacidad real para recopilar, verificar y consolidar datos económicos y de empleo directamente de las empresas del sector aeroespacial andaluz, “al ostentar la representación sectorial y la confianza de sus asociados”. Representa mayoritariamente al tejido aeroespacial andaluz (grandes empresas, pymes, centros tecnológicos).

- Mantiene una relación directa y estable con las empresas proveedoras de los datos.

- Recopila la información de forma confidencial, metodológica y basada en cuestionarios propios, que incluyen datos sobre facturación, empleo, inversión en I+D+i o productividad, entre otros.

JOSE JAVIER ALONSO MEMBRIVES		29/04/2026 16:57:26	PÁGINA: 11 / 13
VERIFICACIÓN	NJyGw97D2x3SC1BCq4FrUrvh5Qnwh6	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



- Imposibilidad legal y práctica de que terceros accedan a esos datos sin la intermediación de Andalucía Aerospace.

El Informe del Sector Aeroespacial Andaluz elaborado por Andalucía Aerospace se usa de manera recurrente por esta Administración, Agencias públicas, Ayuntamientos y parques tecnológicos, y medios especializados. Existen numerosas citas explícitas del informe en presentaciones institucionales, estrategias sectoriales (como la Estrategia Aeroespacial de Andalucía) y notas de prensa oficiales.

Este reconocimiento como fuente de datos oficial del sector se refuerza con el respaldo institucional de la Junta de Andalucía en las presentaciones oficiales del informe del sector.

- El Consejero de Industria, Energía y Minas, Jorge Paradela, en la presentación de los datos de 2024 <https://www.juntadeandalucia.es/organismos/industriaenergiayminas/servicios/actualidad/noticias/detalle/602122.html>

- El Consejero de Industria, Energía y Minas, Jorge Paradela, en la presentación de los datos de 2023 <https://www.juntadeandalucia.es/organismos/industriaenergiayminas/servicios/actualidad/noticias/detalle/518380.html>

El Informe del Sector Aeroespacial Andaluz no es una publicación divulgativa, sino una infraestructura estratégica de información. Su elaboración anual por parte de Andalucía Aerospace la reconoce como única organización con representatividad sectorial con acceso directo a datos empresariales y continuidad metodológica.

El papel de Andalucía Aerospace como agente clave del sector aeroespacial andaluz está reconocido de manera explícita por la Junta de Andalucía, tanto a través de su acreditación como clúster de innovación y agente del sistema andaluz del conocimiento, como mediante el uso sistemático de sus informes anuales como base estadística oficial en comunicados, estrategias y presentaciones institucionales, incluso en eventos del sector aeroespacial internacionales como Paris Air Show o Farnborough International Airshow.

Esta combinación de reconocimiento institucional y validación mediática respalda el informe anual como fuente sectorial de referencia en Andalucía, el cual viene realizándose desde 2021.

En este sentido, para el caso de la contratación considerada concurren dos circunstancias que justifican el acogerse a lo establecido en el artículo reseñado. Por un lado, desde el punto de vista técnico, dado que es la citada entidad es la que publica anualmente su informe del sector aeroespacial y, por tanto, ser la única entidad con la que puede contratarse dado, asimismo, que se trata de un contrato de patrocinio.

6. Responsabilidad del contrato.

La Secretaría General de Industria y Minas propone que desempeñe la labor de Responsable del Contrato la persona que ocupe el puesto de Coordinador General. Las funciones de esta persona serán las especificadas en el PPT.

JOSE JAVIER ALONSO MEMBRIVES		29/04/2026 16:57:26	PÁGINA: 12 / 13
VERIFICACIÓN	NJyGw97D2x3SC1BCq4FrUrvh5Qnwh6	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



7. Informes preceptivos previos a la contratación:

Informe previo al inicio del expediente de contratación previsto en el artículo 7 del Decreto 96/2017, de 27 de junio, por el que se regula la coordinación de la estrategia institucional de la Administración de la Junta de Andalucía, en relación con su artículo 4.4 (“**La utilización de logotipos o símbolos y, en general, de cualquier otro elemento de identificación gráfica, así como las adaptaciones o desarrollos de aplicaciones específicas no contempladas en el Manual de Diseño Gráfico, requerirá autorización previa del Centro Directivo competente en materia de comunicación social**” y en “**el caso de que dichas acciones conlleven gasto, se tramitarán conforme al artículo 7 de este Decreto**”).

Dichos artículos deben ponerse en relación con la Orden de 4 de octubre de 2018, por la que se regula la emisión de los informes correspondientes a las acciones de comunicación institucional de la administración de la Junta de Andalucía.

EL SECRETARIO GENERAL DE INDUSTRIA Y MINAS

JOSE JAVIER ALONSO MEMBRIVES		29/04/2026 16:57:26	PÁGINA: 13 / 13
VERIFICACIÓN	NJyGw97D2x3SC1BCq4FrUrvh5Qnwh6	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	