Junta de Andalucía

MEMORIA JUSTIFICATIVA PARA LA CONTRATACIÓN DEL CONTRATO DE SERVICIOS DE COMPRA DE ESPACIOS PUBLICITARIOS Y PLANIFICACIÓN DE MEDIOS PARA LA DIFUSIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE LA AGENCIA ANDALUZA DE INSTITUCIONES CULTURALES, POR PROCEDIMIENTO ABIERTO SIMPLIFICADO.

Expediente núm.: CONTR 2026 0000146053
Ntra. Ref.: E26-000647

---

1. ANTECEDENTES Y FUNDAMENTOS QUE JUSTIFICAN LA ACTUACIÓN.

La Agencia Andaluza de Instituciones Culturales (en adelante, "la Agencia") es una agencia pública empresarial de las previstas en la letra b) del apartado 1 del artículo 68 de la Ley 9/2007, de 22 de octubre, de Administración de la Junta de Andalucía. Su finalidad es optimizar la gestión de los recursos públicos destinados a la cultura y favorecer el acceso en condiciones de igualdad a las actividades culturales. La Agencia desarrolla funciones en materia de artes escénicas, música, danza, flamenco, literatura, cinematografía, artes audiovisuales y artes plásticas, entre otras.

2. MOTIVACIÓN DE LA NECESIDAD DE LA CONTRATACIÓN

La Agencia debe comunicar su programación cultural mediante acciones de publicidad institucional que permitan informar a la ciudadanía, incrementar la participación y contribuir a la sostenibilidad de las actividades culturales.

Las campañas abarcan difusión a nivel local, regional o nacional, dependiendo del tipo de actividad.

Entre las actividades que requieren difusión se encuentran:

- las programaciones del Teatro Central y Teatro Cánovas,
- el Festival de Música Española de Cádiz,
- el ciclo Lorca y Granada en los Jardines del Generalife,
- actividades del Instituto Andaluz del Flamenco, Instituto Andaluz del Cine y la Fotografía, del Centro Andaluz de las Letras e Instituto Andaluz de Artes Plásticas y Visuales,
- así como el programa Andalucía·Cultura.

El número exacto de acciones o campañas previstas se desconoce con exactitud pues estarán subordinadas a las necesidades de comunicación de cada uno de estos programas de la Agencia.

De este modo, y ante la insuficiencia de medios propios para satisfacer la necesidad expuesta de difusión de los programas y actividades culturales de la Agencia, se precisa contratar un servicio de reserva y compra de espacios publicitarios y planificación estratégica de medios, abarcando las siguientes prestaciones principales:

a) Planificación estratégica, reserva y compra de espacios publicitarios (prensa escrita, medios digitales, radio y soportes en exterior).

Estadio La Cartuja, Puerta 13
41092 Sevilla
T. 955 929 000 CIF. Q-9155027-G

aaiicc@juntadeandalucia.es

b) Ejecución y seguimiento de las acciones de comunicación a través de informes post-acción, en los que se analicen los resultados, así como la audiencia y cobertura alcanzada.
c) Adaptación y distribución de las piezas que conformen la acción de comunicación, en aquellos casos en que se requiera.

3. INFORME PRECEPTIVO

De conformidad 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, las acciones de comunicación institucional requieren informe preceptivo y vinculante previo al inicio del expediente de contratación. Este contrato se someterá a dicha obligación.

4. JUSTIFICACIÓN DE LA NO DIVISIÓN EN LOTES

Conforme al artículo 99.3 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, del Parlamento Europeo y del Consejo 2014/23/UE y 2014/24/UE, de 26 de febrero de 2014 (en adelante la LCSP), la división en lotes dificultaría la correcta ejecución del contrato al fragmentar la planificación integral de medios y reducir la coherencia de las campañas. Por ello, no procede su división en lotes.

5. HABILITACIÓN PROFESIONAL

El servicio objeto del contrato no está sujeto a profesión regulada y no requiere habilitación profesional específica.

6. DURACIÓN DEL CONTRATO

El contrato tendrá vigencia desde la fecha de su formalización hasta el 31 de diciembre de 2026, salvo agotamiento previo del presupuesto asignado.

7. PRESUPUESTO MÁXIMO DE LICITACIÓN Y VALOR ESTIMADO

El presupuesto máximo de licitación asciende a ochenta mil euros (80.000,00€), impuestos incluidos. La base imponible es de sesenta y seis mil ciento quince euros con setenta céntimos (66.115,70€) y el IVA (21 %) asciende a trece mil ochocientos ochenta y cuatro euros con treinta céntimos (13.884,30€).

Aplicaciones presupuestarias:
• 1951 01 0000 G 45E 22602 00 01: 53.214,00€
• 1951 17 0000 G 45E 22602 00 A411CD21KP: 26.786,00€

El valor estimado del contrato asciende a sesenta y seis mil ciento quince euros con setenta euros (66.115,70€), IVA excluido, y responde al importe máximo previsto a ejecutar a lo largo del periodo de vigencia, incluyendo la comisión de agencia y habiéndose estimado conforme a los costes directos e indirectos, gastos generales y beneficio industrial asociados al servicio.

De acuerdo con la Disposición adicional trigésima tercera de la LCSP, el contrato se configura como un servicio de ejecución sucesiva con presupuesto limitativo, en el que el número de acciones concretas no puede determinarse con exactitud en el momento de la licitación por depender de las necesidades reales de la Agencia. Por ello, debe aprobarse un presupuesto máximo, ejecutándose las prestaciones únicamente hasta el límite autorizado.

Asimismo, y con el fin de garantizar la transparencia y la libre competencia, la oferta económica deberá presentarse desglosada por soportes, permitiendo evaluar adecuadamente la estructura de precios de cada medio y optimizar la inversión pública. Este desglose posibilita distribuir la puntuación económica en función de criterios objetivos vinculados al ámbito geográfico de difusión, a las audiencias disponibles y a la representatividad de cada soporte en el mercado publicitario.

8. PROCEDIMIENTO DE ADJUDICACIÓN

Atendiendo al valor estimado del contrato, la adjudicación se llevará a cabo mediante procedimiento abierto simplificado, en virtud de los artículos 131 y 159 de la LCSP.

9. GARANTÍA PROVISIONAL Y DEFINITIVA

No se exige garantía provisional conforme al artículo 106 de la LCSP.

Se exigirá garantía definitiva equivalente al 5 % del presupuesto base de licitación, esto es, 3.305,79€, según el artículo 108 LCSP.

10. RESPONSABLE DEL CONTRATO

Se designa como responsable del contrato a la jefa del Departamento de Prensa de la Agencia Andaluza de Instituciones Culturales, quien supervisará la ejecución y adoptará las instrucciones necesarias para la correcta prestación del servicio.

En Sevilla, a la fecha de la firma.

LA JEFA DE DEPARTAMENTO DE PRENSA,
Fdo.: María Molina Muñoz