

Expediente: C101-06CR-0522-0040

MEMORIA JUSTIFICATIVA PARA LA CONTRATACIÓN DE LA PLANIFICACIÓN DE MEDIOS Y COMPRA DE ESPACIOS PUBLICITARIOS EN PRENSA IMPRESA, MEDIOS DIGITALES, RADIO, TELEVISIÓN, PUBLICIDAD EXTERIOR Y CINE, ASÍ COMO EJECUCIÓN DE LOS PLANES DE MEDIOS PARA LAS ACCIONES DE COMUNICACIÓN DE PROMOCIÓN TURÍSTICA Y DEL DEPORTE DE ANDALUCÍA

Código CPV: 79341000-6 (Servicios de publicidad)

MEMORIA JUSTIFICATIVA

PRIMERO: El objeto del presente expediente es fijar las condiciones particulares y prescripciones técnicas para la contratación, por procedimiento abierto, de la prestación de servicios para la Empresa Pública para la Gestión del Turismo y del Deporte de Andalucía, S.A. (en adelante Turismo y Deporte de Andalucía) de agencia de publicidad, de conformidad con el art. 13 de la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad, para la PLANIFICACIÓN Y COMPRA DE ESPACIOS PUBLICITARIOS PARA LA PROMOCIÓN TURÍSTICA DEL DESTINO ANDALUCÍA Y DEL DEPORTE A NIVEL, PROVINCIAL, REGIONAL Y NACIONAL, según los siguientes lotes:

Lote 1: Prensa impresa, Medios digitales, Televisión y Radio
Lote 2: Exterior y Cine

Primero, turismo:

Este procedimiento se apoya en el establecimiento de vías de comunicación directas con el turista potencial a nivel nacional a través de la transmisión continua de información turística en medios de comunicación y la emisión de mensajes publicitarios alineados a los intereses turísticos que se quiere potenciar a lo largo del año.

Se persigue la desestacionalización del turismo fuera de los periodos vacacionales tradicionales de temporada alta, sin perjuicio de la realización de campañas de comunicación específicas con motivo de acontecimientos y eventos de transcendencia o reclamo turístico, segmentos o productos turísticos específicos.

El ámbito principal de actuación de estas acciones es Andalucía, ya que del 51,6% de los desplazamientos turísticos nacionales generados son realizados por los propios residentes en Andalucía, lo que supone el núcleo central del público objetivo al que dirigir esta información a fin de proporcionarles herramientas que faciliten su toma de decisión a la hora de realizar un viaje.

También tiene importancia la comunicación a nivel nacional a fin de establecer un contacto continuo con el resto de potenciales turistas a la región durante todo el año.

Otros objetivos que se buscan con estas acciones de comunicación son:

- Generar notoriedad de la marca turística Andalucía a través de los diferentes formatos publicitarios utilizados.
- Reforzar las campañas de comunicación genéricas y de temporada llevadas a cabo a lo largo del año.



- Trasladar de manera permanente propuestas y novedades turísticas dirigidas al público potencial de campaña.

Segundo, deporte:

Objetivos que se buscan con estas acciones de comunicación son:

- Incrementar la práctica deportiva de la población andaluza.
- Aumentar el interés por la diversidad de modalidades deportivas y dar cabida a una serie de noticias relacionadas con el deporte que habitualmente no suelen tener cobertura en los Medios, así como ayudar al conocimiento y promoción de nuevos referentes deportivos de la Comunidad.
- Dar una mayor cobertura a asuntos importantes como el Deporte Base, el Deporte de Alto Rendimiento, los Grandes Eventos en Andalucía, el Deporte para Discapacitados, El Deporte y la Mujer, Deporte y Salud, las Federaciones Deportivas Andaluzas, así como cualquier otro asunto de interés en materia deportiva para Andalucía.

Ámbito y Público destinatario:

Las acciones de comunicación se desarrollarán, con carácter general, en el ámbito de la Comunidad Autónoma de Andalucía, y en el resto del territorio nacional.

El público objetivo destinatario será aquel que se determine para cada caso, según el contenido de la acción de comunicación que se vaya a realizar.

Las empresas adjudicatarias de cualquiera de los lotes tendrán información cumplida de cuáles son los grupos de los públicos objetivos en cada momento, con la antelación suficiente para elaborar la planificación de soportes.

Objetivos y mensajes:

Los objetivos y mensajes básicos de cada campaña serán determinados en cada caso concreto por Turismo y Deporte de Andalucía.

Periodo de campaña:

Las empresas adjudicatarias recibirán con antelación suficiente los calendarios que se establezcan para llevar a cabo las acciones de comunicación previstas.

TRABAJOS A REALIZAR:

- Planificación, reserva y compra de espacios publicitarios (Prensa impresa, Medios Digitales, Radio, Televisión, Exterior y Cine).
- Mediación y cursado a los distintos soportes de las acciones de comunicación que se vayan a realizar.
- Ejecución de los planes de medios y seguimiento de las acciones de comunicación a través de informes de activación, y post-acción en los que se analicen los resultados, así como la audiencia y cobertura alcanzada, pudiendo solicitar por parte del responsable del contrato información de seguimiento durante el desarrollo de las acciones.
- Distribución de las piezas que conformen la acción de comunicación, en aquellos casos en que se requiera.

Nota: Los parámetros básicos de la planificación y las condiciones generales se desarrollan en el pliego de prescripciones técnicas.



SEGUNDO: Las condiciones que han de regir el procedimiento de contratación se regulan en el pliego de cláusulas particulares para los expedientes sujetos a regulación armonizada de conformidad con la Ley 9/2018 de Contratos del Sector Público, destacando a efectos de la presente memoria:

Presupuesto base de licitación, precio del contrato, facturación y forma de pago.

Presupuesto máximo de licitación y valor estimado:

Importe total (IVA excluido): 1.652.892,56 euros

Importe del IVA: 347.107,44 euros

Importe total (IVA incluido): 2.000.000,00 euros.

Importe desglosado por lote:

-Lote 1 (Prensa impresa, medios digitales; Radio y Televisión)

Importe total (IVA excluido): 1.446.280,99 euros. Importe del IVA: 303.719,01 euros. Importe total (IVA Incluido): 1.750.000,00 euros

-Lote 2 (Publicidad exterior y cine):

Importe total (IVA excluido): 206.611,57 Euros Importe del IVA: 43.388,43 Importe total (IVA incluido): 250.000,00 euros

Lote	Compra de Espacios Publicitarios	Servicios de Agencia	Total Neto	IVA 21%	Total
Lote 1	1.386.280,99	60.000,00	1.446.280,99	303.719,01	1.750.000,00
Lote 2	198.040,14	8.571,43	206.611,57	43.388,43	250.000,00
Total	1.584.321,13	68.571,43	1.652.892,56	347.107,44	2.000.000,00

Método de cálculo: El presupuesto de los contratos por lote será el del "Total Netos" del cuadro anterior, y responde al importe máximo a ejecutar, incluyendo los servicios de agencia, habiéndose calculado según una previsión de campañas a ejecutar en el periodo de 4 meses tras la adjudicación, en prensa impresa, medios digitales, radio, televisión, exterior y cine (según lotes).

El presupuesto de los contratos por lote se calcula: como el gasto máximo estimado para la ejecución de tales campañas previstas, siendo el sumatorio del coste calculado -a precios de mercado y tomando como referencia pautas de inversión bajo las condiciones actuales en el sector- de los espacios publicitarios que compondrían cada una de ellas, más los servicios de agencia.

Para ello se han clasificado tales campañas con su respectiva previsión de inserciones publicitarias en varios tipos y según lote al que se imputan, cada uno con un presupuesto estimado, conforme a requerimientos de frecuencia, cobertura etc establecidos según las distintas temáticas, y que son detalladas en memoria (pliego de prescripciones técnicas).

Para los cálculos del coste se contempla un importe fijo garantizado en concepto de servicios de agencia, que para el lote 1 de 60.000 euros IVA no incluido y para el lote 2 de 8.571,43 recogiendo dichos importes los costes indirectos, que quedan del lado del proveedor. Dicho importe incluye el coste por la planificación, mediación, cursado, análisis de resultados, etc.

El precio del contrato, facturación y forma de pago, se desarrolla en el pliego de Cláusulas Particulares.



Plazo de ejecución, duración del contrato por lote.

Plazo total (en meses): 4 meses.

Posibilidad de prórroga:

Los contratos podrán ser prorrogado por un máximo de 24 meses en las mismas condiciones presupuestarias que el contrato objeto de prórroga/mes.

La prórroga se formalizará por escrito y tendrá una duración mínima de 12 meses; será obligatoria para la empresa contratista siempre que se preavise por el responsable del contrato con dos meses de antelación.

Importe estimado:

Importe estimado:

Presupuesto de Licitación de los dos lotes, IVA no incluido: 1.652.892,56

Posibilidad de Prórroga: 9.917.355,36

Modificado al alza del contrato inicial y su prórroga hasta un 20%: 2.314.049,58

Importe estimado: 13.884.297,51

Documentos que acrediten la solvencia técnica de la empresa licitadora. Ésta se acreditará aportando:

- Aportando la relación de los principales servicios o trabajos realizados en los últimos tres años, que incluya su importe impuestos no incluidos, fechas y beneficiarios públicos o privados de los mismos, relacionados con el objeto del contrato, considerándose acreditada si el importe anual acumulado, sin incluir impuestos, en el año de mayor ejecución es igual o superior al 70 % de la anualidad media del contrato.
- Acreditando mediante el correspondiente Curriculum Vitae y títulos/certificados académicos, que cuentan con un equipo técnico formado por mínimo tres profesionales con la titulación general requerida de Titulación universitaria/Ciclo formativo de Grado Superior, y específica de Titulación universitaria en el área de conocimiento de comunicación.

Justificación de los criterios de adjudicación:

Todos los criterios de adjudicación son por aplicación de fórmulas matemáticas justificadas en los pliegos de cláusulas particulares, en función de:

-Propuesta económica (descuentos, CPM) por soporte (radio, televisión, medio digital, prensa impresa, exterior y cine) y una muestra significativa de medios (radio, televisión, prensa impresa) o soporte (exterior y cine), y factores de ponderación. Las propuestas se han de justificar documentalmente en la forma establecida en los Pliegos de Cláusulas Particulares.

-Proposición técnica, Se valorará el compromiso de alcanzar un CTR medio mínimo del 0,1% en el conjunto de las campañas realizadas en el periodo de ejecución en medios digitales; la capacidad de respuesta para llevar a cabo los servicios objeto del contrato según criterios detallados.

-Mejoras, impartición de formación básica en materia de elaboración de planes de medios de campañas y medición de resultados

Málaga 19 de mayo de 2022.