**MEMORIA JUSTIFICATIVA SOBRE LA NECESIDAD Y OPORTUNIDAD DE CONTRATAR EL SERVICIO CUYO OBJETO ES LA PLANIFICACIÓN DE MEDIOS Y COMPRA DE ESPACIOS PUBLICITARIOS EN REDES SOCIALES, ASÍ COMO EJECUCIÓN DE LOS PLANES DE MEDIOS PARA LAS ACCIONES DE COMUNICACIÓN DE LA CONSEJERÍA DE LA PRESIDENCIA, ADMINISTRACIÓN PÚBLICA E INTERIOR DE LA JUNTA DE ANDALUCÍA EN TALES MEDIOS.**
(EXPDTE. REF. CONTR/2019/356728)

## 1.- ANTECEDENTES Y FUNDAMENTOS QUE JUSTIFICAN LA ACTUACIÓN.

El artículo 1.K) del Decreto 99/2019, de 12 de febrero, por el que se establece la estructura orgánica de la Consejería de la Presidencia, Administración Pública e Interior, atribuye a ésta la "la dirección y coordinación de las políticas de comunicación para la presencia institucional de la Junta de Andalucía, y de las políticas sobre medios de comunicación social y del sector audiovisual en Andalucía.".

Asimismo, el artículo 11 del precitado Decreto, en sus apartados b) y c), atribuye a esta Dirección General la dirección, planificación y desarrollo de la comunicación de la acción institucional de la Junta de Andalucía, en particular la gestión de las acciones de comunicación institucional que le correspondan en el ejercicio de sus competencias en los diversos medios, entre ellos las redes sociales y otros soportes digitales.

En fecha 1 de agosto de 2018 se formalizó con la mercantil ZOSMAMEDIA S.L., tras adjudicación por procedimiento abierto, un contrato de prestación de servicios denominado "PLANIFICACIÓN Y COMPRA DE ESPACIOS PUBLICITARIOS, ASÍ COMO EJECUCIÓN DE LOS PLANES DE MEDIOS PARA LAS ACCIONES DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL DE LA CONSEJERÍA DE LA PRESIDENCIA, ADMINISTRACIÓN PÚBLICA Y MEMORIA DEMOCRÁTICA DE LA JUNTA DE ANDALUCÍA EN REDES SOCIALES" (expdte. 5/2018), con un importe de EUR 720.000,00 (IVA incluido) y un plazo de ejecución de 12 meses salvo que con anterioridad se agote el presupuesto, ampliándose el plazo de ejecución al 30 de noviembre del corriente dadas las restricciones en los trabajos publicitarios determinadas por los últimos periodos electorales. No se ha estimado de interés prorrogar dicho contrato por entender necesario adecuar sus pliegos al cambiante mercado de la publicidad en redes sociales, a los nuevos soportes publicitarios activos al margen de esas redes sociales propiamente dichas, y adecuar su presupuesto a las líneas estratégicas generales de comunicación institucional asumidas por este Centro directivo. En todo caso, dada la necesidad de continuar con las actuaciones objeto del anterior contrato una vez finalice, y teniendo en cuenta los plazos que la tramitación de un nuevo expediente de contratación de estas características conlleva por Normativa, se considera de interés solicitar el inicio del correspondiente procedimiento de contratación a fin de dotar de continuidad a los servicios que se vienen prestando.

El objeto del contrato que se pretende someter a licitación es la planificación estratégica y compra de espacios publicitarios en los medios de redes sociales, así como la ejecución y seguimiento de las acciones de comunicación y de las campañas informativas y divulgativas que la Consejería de la Presidencia, Administración Pública e Interior de la Junta de Andalucía quiera llevar a cabo en tales en las

materias de las competencias que tiene atribuidas. En este caso comprenderá la gestión de las acciones transversales de comunicación institucional de la Junta de Andalucía en dichos medios de comunicación, a excepción de las correspondientes a los procesos electorales, las financiadas con fondos comunitarios y las desarrolladas por los entes instrumentales. No se incluyen en el objeto de licitación los trabajos de diseño y creatividad.

Esto es, dichas acciones promoverán valores transversales de la Junta de Andalucía o acciones relevantes para amplios sectores de la ciudadanía, incluso si en su mensaje tales campañas puedan incluir contenidos relacionados con competencias o iniciativas de diversas Consejerías.

## 2.- OBJETO DEL CONTRATO Y CÓDIGO CPV.

El objeto del presente contrato es la planificación estratégica y compra de espacios publicitarios en REDES SOCIALES, así como la ejecución y seguimiento de las acciones de comunicación y de las campañas informativas y divulgativas que la Consejería de la Presidencia, Administración Pública e Interior de la Junta de Andalucía quiera llevar a cabo en esos medios en el marco de las competencias que tiene atribuidas.

El Código CPV del contrato es el 79341000-6 (Servicios de publicidad).

## 3.- INFORME DE INSUFICIENCIA DE MEDIOS.

Este centro directivo carece de los medios personales y materiales necesarios para la ejecución de los trabajos a realizar, los cuáles requieren, dada la naturaleza de dichas tareas, de una empresa especializada en la planificación de medios, compra de espacios publicitarios y evaluación de resultados, lo que requiere una infraestructura y un conocimiento técnico que no posee esta Dirección General, siendo necesario licitar el servicio.

## 4.- PROCEDIMIENTO DE LICITACIÓN Y JUSTIFICACIÓN DE LA DIVISIÓN EN LOTES.

-De conformidad con lo previsto en el artículo 131.2 de la Ley de Contratos del Sector Público el procedimiento de adjudicación será el abierto, utilizando una pluralidad de criterios de adjudicación basados en el principio de mejor relación calidad-precio. Superando su valor estimado el umbral fijado por la normativa vigente, este contrato está sujeto a regulación armonizada.

La elección de dicho procedimiento tiene la intención de garantizar la libre concurrencia y la transparencia, de forma que se facilite la presentación de ofertas a todas las empresas que cumplan los requisitos de solvencia técnica y económica, excluyendo toda negociación de los términos del contrato con las personas/entidades licitadoras.

-En relación con lo dispuesto en el artículo 99.3 de la Ley de Contratos del Sector Público, sobre división en lotes, conforme al apartado 3.b del precitado artículo se entiende que el objeto del presente contrato no se presta a división por lotes dada la naturaleza de las prestaciones objeto del mismo: la planificación estratégica y compra de espacios publicitarios en una diversidad de soportes de redes sociales de índole del todo complementaria, que exige elegir en cada momento -según los costes de mercado, audiencia objetivo etc- el mejor mix de vehículos para hacer llegar el mensaje a un público concreto con el máximo de eficacia, combinándo en un único plan de medios la inversión en una pléyade de soportes al objeto de potenciar sus características diferentes y cubrir las posibles lagunas que pudieran evitar alcanzar algunos

segmentos de la población objetivo, siendo por ello aconsejable centralizar el desarrollo de los trabajos en un único adjudicatario que mejor planifique y coordine cada acción de comunicación en su conjunto, controlando su ejecución y evaluando sus resultados de manera global.

## 5.- RESPONSABLE DEL CONTRATO.

Se propone como responsable del contrato al Jefe del Gabinete de Comunicación Institucional, de esta Consejería de la Presidencia, Administración Pública e Interior, al que corresponderá supervisar su ejecución y adoptar las decisiones y dictar las instrucciones necesarias con el fin de asegurar la correcta realización de la prestación pactada.

## 6.- DURACIÓN DEL CONTRATO Y VALORACIÓN ECONÓMICA DEL GASTO.

-El plazo de ejecución del contrato será de un año (12 meses), salvo que con anterioridad se agote el presupuesto, pudiendo prorrogarse, por mutuo acuerdo de las partes, por un plazo máximo igual al inicial (12 meses).

Dicho plazo de ejecución comenzará el día 01 de diciembre de 2019, o en la fecha de formalización del contrato si ésta fuera posterior.

-El presupuesto de la contratación será de 180.000,00 Euros más 37.800,00 Euros correspondientes al 21% de IVA, con el siguiente desglose en lotes y distribución en anualidades (IVA incluido):

| IMPORTE TOTAL | Año 2019 | Año 2020 |
|---|---|---|
| 217.800,00 € | 18.150,00 € | 199.650,00 € |

-El valor estimado del contrato será de 360.000,00 Euros, y responde al importe máximo a ejecutar -se contempla una posible prórroga por un periodo máximo igual al inicial- en inserciones publicitarias en dos años, incluyendo la comisión de agencia, habiéndose estimado la ejecución de unas 10 campañas de publicidad institucional en el periodo de 12 meses, con un importe medio total de campaña de 18.000,00 EUR más IVA.

Debe tenerse en cuenta que conforme a la Disposición adicional trigésima tercera de la LCSP (Contratos de suministros y servicios en función de las necesidades), en los contratos de servicios con presupuesto limitativo, en los cuales el empresario se obligue a entregar una pluralidad de bienes o a ejecutar el servicio de forma sucesiva y por precio unitario, sin que el número total de entregas o prestaciones incluidas en el objeto del contrato se defina con exactitud al tiempo de celebrar este, por estar subordinadas las mismas a las necesidades de la Administración, deberá aprobarse un presupuesto máximo.

-La posición presupuestaria a la que se imputará el gasto será la **G/52C/609.05**, ya que, según lo dispuesto en la Orden de 3 de julio de 2012, de la Consejería de Hacienda y Administración Pública, los gastos de información, divulgación y publicidad que afecten a varios ejercicios deben imputarse al Capítulo VI, siendo éste el supuesto.

Por todo ello, se propone el inicio de la tramitación del correspondiente expediente de contratación para la adjudicación mediante procedimiento abierto (contrato sujeto a regulación armonizada), de la ejecución de los trabajos objeto del contrato y descritos en el Pliego de Prescripciones Técnicas que se adjunta.

Se anota que los asesores técnicos del Gabinete de Comunicación Institucional han participado en la redacción de la documentación técnica del presente contrato.

LA DIRECTORA GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL.