



MEMORIA JUSTIFICATIVA DE LA CONTRATACIÓN DEL PATROCINIO, DIFUSIÓN EJECUCIÓN DE PUBLICIDAD INTERNACIONAL PARA LA PROMOCIÓN DE LOS FESTIVALES INTERNACIONALES DE MÚSICA Y DANZA DE GRANADA 2024 (EXPEDIENTE: C2N06-06VS-0724-0154), CON PRESUPUESTO BASE DE LICITACIÓN DE 100.000 euros (IVA EXCLUIDO)

Código CPV:

1. JUSTIFICACIÓN

1.1. ANTECEDENTES

La Empresa Pública para la Gestión del Turismo y del Deporte de Andalucía, S.A., de acuerdo con sus estatutos (según el Acuerdo de 12 de julio de 2016, del Consejo de Gobierno, por el que se modifica el Acuerdo de 27 de julio de 2010, que autorizaba la creación de la «Empresa Pública para la Gestión del Turismo y del Deporte de Andalucía, S.A.» y por el que se aprueban los nuevos estatutos de la citada empresa pública para su adaptación a la normativa reguladora de las sociedades de capital), contempla en su objeto social:

- a) La realización de cuantas actividades se estimen convenientes para la mejora y crecimiento de la oferta turística en sentido estricto, así como de la oferta complementaria, efectuando campañas publicitarias con los medios y bajo la forma adecuada en cada caso.

El Plan META es el documento que marca las políticas turísticas a realizar en Andalucía en materia turística en el periodo comprendido entre 2021 y 2027. Así el Plan de Acción del ejercicio 2024 sigue dichas directrices estratégicas, al encontrarse dentro del ámbito de aplicación del plan.

El citado Plan de Acción 2024 se planifica con una serie de acciones concretas incluidas en el mismo, entre las que se encuentra el Patrocinio del Festival Internacional de Música y Danza de Granada 2024. Sin embargo, el Plan de Acción 2024 no puede ser un documento rígido, inamovible, sino que debe adaptarse al entorno, a las nuevas posibilidades que surge por lo que es posible que haya acciones que finalmente no se realicen o que se realicen acciones que no estaban previstas inicialmente.

Desde Turismo y Deporte de Andalucía debe liderarse la compleja maquinaria del marketing turístico en general y de la captación de eventos y patrocinios de los mismos en particular. Es muy importante resaltar que una gran cantidad de eventos turísticos-deportivos-culturales se realizan en Andalucía porque se captan desde la propia empresa, significando esto que, si la Empresa Pública no los captara, dichos eventos dejarían de realizarse en Andalucía, yéndose a otros destinos. Por lo tanto,



la captación y el patrocinio de eventos se convierte en una estrategia clave del Plan de Acción 2024, sirviendo de elemento clave para la dinamización económica y la generación de puestos de empleo a raíz de la celebración de dichos eventos.

La inclusión del Festival Internacional de Música y Danza de Granada 2024 se enmarca en las estrategias de promoción turística de la Junta de Andalucía y de la ciudad de Granada, refleja un enfoque integral para realzar el perfil internacional de la región, atrayendo inversión y fomentando el turismo cultural. Este evento sirve como un catalizador para diversos beneficios económicos y culturales, maximizando la visibilidad de Andalucía en el ámbito global y consolidando su reputación como un destino turístico de primer nivel cultural:

- **Reputación y Prestigio:** La asociación con un evento de prestigio internacional refuerza la reputación de Andalucía como un destino cultural de renombre. Este prestigio no solo atrae a turistas durante el evento, sino que también contribuye a la percepción global de la región y Granada como destino cultural de primer orden.
- **Consolidación de Redes y Colaboraciones:** La organización de un evento de tal magnitud facilita la creación de redes y colaboraciones entre entidades culturales, empresariales y gubernamentales, fortaleciendo la capacidad de la región para atraer y gestionar futuros eventos internacionales.

1.2. NECESIDAD DE CONTRATACIÓN

Una vez dejada atrás la pandemia y el sector turístico ha relanzado su actividad, y España en general y Andalucía en particular se ha posicionado como uno de los principales destinos turísticos. Por tanto es necesario aumentar la notoriedad de Andalucía en el mercado nacional y extranjero a través de campañas publicitarias en soportes visibles y accesibles a potencial turista de eventos culturales. Estos soportes son los Mupis digitales que se encuentran en las zonas más concurridas del target principal al que nos dirigimos.

2. FINANCIACIÓN

Esta acción está financiada al 85 % por los Fondos FEDER y el restante, a saber, el 15 % con fondos propios viviendo de la Fuente de Financiación 170000G/75B/74301/00y Objetivo PAIF 1.4.2.7. Los Fondos FEDER se obtienen del **Objetivo Político 1: una Europa más competitiva e inteligente, promoviendo una transformación económica innovadora e inteligente y una conectividad TIC regional**, concretamente del

Objetivo Específico 1.3: El refuerzo del crecimiento sostenible y la competitividad de las pymes y la creación de empleo en estas, también mediante inversiones productivas, y bajo el textbfTipo de Actuaciones D: Apoyo a la internacionalización de la economía andaluza y captación de inversiones extranjeras.

En esta línea se desarrollarán prioritariamente aquellas actuaciones dirigidas a impulsar la internacionalización de las pymes andaluzas, iniciando a las que no están activas en mercados exteriores y consolidando la internacionalización de las



ya presentes, diversificando mercados, promocionándolas, asesorándolas y capacitándolas para la internacionalización. Además, con el objetivo de favorecer la competitividad del tejido pyme andaluz y la economía andaluza, se incorporan actuaciones dirigidas a promover la captación de inversión extranjera en Andalucía, creando un clima inversor adecuado e implementando las medidas para favorecer la llegada de inversiones y la atracción de centros de I+D internacionales.

Descripción de la fuente	Código	Importe
Partida presupuestaria FEDER	1600010000 G/75B/44364/00 01	121.000 euros

3. NATURALEZA Y EXTENSIÓN DE LA NECESIDAD QUE SE PRETENDE CUBRIR

El objeto del presente procedimiento es la contratación por parte de la Empresa Pública para la Gestión del Turismo y del Deporte de Andalucía, S.A. (EPGTDA) 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 una entidad pública CONSORCIO FESTIVAL INTERNACIONAL DE MÚSICA Y DANZA DE GRANADA, de conformidad con el art. 13 de la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad, para el Creatividad, Planificación y Ejecución de una Campaña de Publicidad Internacional para la promoción Internacional de los Festivales de Musica y Danza de Granada 2024 así como el patrocinio de 3 de sus festivales:

- *10 de Julio: Concierto de Camara /Edith Peña-Alexander Volodin*
- *11 de Julio: Recital /Andres Cea Galán*
- *13 de Julio: Concierto de Camara /Cosmos Quartes*

Estos trabajos se realizarán de acuerdo a las características adjuntas en el expediente de contratación.

El Retorno que se espera con esta contratación se muestra en base al realizado en el mismo Festival para el año 2023.



Alcance previsto de 32.055.000 personas, que es la suma de 55.000 asistentes previstos directos a alguna de sus 116 actividades programadas en 33 días en total, y 32.000.000 asistentes indirectos que disfrutarán de las grabaciones o transmisiones en directo de radio y/o televisión del Festival, en Radio Clásica de RNE y la Unión Europea de Radio Difusión (UER), o bien en Canal Mezzo, Medici TV, France TV, Canal Sur, Qwest TV, VIMEO, YouTube o RTVE.

Impacto económico de 5.625.000€

- ◆ Empleo directo: Contrató a 74 trabajadores eventuales durante dos meses y proporcionó empleo directo a 2.244 artistas, personal del Fex y profesores, con un gasto de 3.150.000€
- ◆ Empleo indirecto: Generó contratos para casi dos centenares de empresas y profesionales nacionales e internacionales, con un gasto de 950.000€
- ◆ Se estiman 25.000 pernoctaciones en total, con un impacto económico de 5.625.000 euros en la ciudad, basado en un gasto medio diario por pernoctación de 225 euros.

4. DESGLOSE DEL PRESUPUESTO BASE DE LICITACIÓN PREVISTO

El presente contrato tiene un Presupuesto Base de Licitación de (121.000 e), IVA incluido. Atendiendo a lo indicado en el artículo 100.2 de la LCSP, el citado presupuesto se desglosa según se señala a continuación:

Concepto	Importe (e)
A. Costes directos	93.000
B. Costes indirectos	7.000
C. Presupuesto ejecución por contrata	100.000
D. IVA (21 %)	21.000
H. Presupuesto base de licitación (C+D)	121.000 e

Los costes contemplados en la determinación del presupuesto se detallan en los siguientes puntos 4.1 y 4.2.

4.1. ESTIMACIÓN DE COSTES UNITARIOS

Para determinar el presupuesto de licitación se parte de las estimaciones de esfuerzo necesarias para los servicios de desarrollo, implantación, soporte, mantenimiento y oficina técnica. Para determinar un importe por hora que atienda al precio general de mercado se parte de los datos sobre contrataciones de servicios TIC de la Junta de Andalucía y se tomará como base la instrucción 1/2023, del 4 de Mayo de 2023 de la Agencia Digital de Andalucía, sobre perfiles, precios de referencia y desglose de costes en contratos y bienes de servicios TIC.

A partir de este momento, para simplificar la determinación del presupuesto de



licitación se estimarán los esfuerzos en horas de programador equivalente, que pueden transformarse a horas del resto de perfiles utilizando los ratios anteriores.

Los costes principales de los servicios de desarrollo y mantenimiento de aplicaciones informáticas son laborales, por lo que deben considerarse los términos económicos de los convenios colectivos, en este caso el area de actividad 3 (Consultoría, desarrollo y sistemas) del XVII Convenio colectivo estatal de empresas de consultoría y estudio de mercado y de la opinión pública (BOE n.o 57, 6 de marzo de 2018), que oscilan entre 11.710,17 e/año y 29.946,71 e/año.

Para ello, se calculan los porcentajes de costes directos, indirectos y beneficio industrial a partir de la información proporcionada por la Central de Balances del Banco de España (CenBal, <http://app.bde.es/rss/ww/Ratios>), para el sector de actividad J62 (programación, consultoría y otras actividades relacionadas con la informática), ejercicio 2016, tamaño "Total tamaños" y país España, tomando el valor Q2, que corresponde a la mediana de la serie. Con estos valores y estimando que el porcentaje de coste laboral directo (la intensidad de personal directo que el servicio requiere sobre el total del personal estructural necesario para su prestación, incluyendo personal comercial, administrativo,...) es del 80 %, se calcula:

- Costes directos = $(100 \cdot R01) \cdot (1 - R14) + 0,08 \cdot R02 = 80,13 \%$
- Beneficio industrial = $R03 = 5,93 \%$
- Costes indirectos = $100 - \text{costes directos} - \text{beneficio industrial} = 13,94 \%$

A partir de estos valores y estimando un 30 % coste de seguros sociales, el coste por hora para el mayor de los valores previstos en el convenio (29.946,71 e/año) resulta 27,46e/hora, por lo que se comprueba que el coste por hora estimado en el contrato satisface en todo caso el convenio colectivo.

No se indica un desglose o desagregación de los costes salariales por género al no haberse tenido en cuenta, dadas las características de las prestaciones objeto del contrato, esta diferenciación a la hora de determinar el precio.

4.2. PRESUPUESTO BASE DE LA LICITACIÓN

Para determinar el presupuesto de licitación se parte de la estimación de esfuerzo necesario para los servicios contratados. Para dicha estimación se parte del histórico de datos de horas dedicadas a otras campañas de



publicidad realizadas en la EPGTDA en soportes similares, resultando una estimación de 136,45 horas más 375 inserciones en publicidad en medios digitales, que suponen 100.00 euros sin IVA, 121.000 euros, IVA incluido.

El desglose de las tarifas máximas anteriormente mencionadas y la dedicación aplicables por hora y perfil, son las siguientes:

PERFIL	CÓDIGO	TARIFA/HORA	DEDICACIÓN(HORAS)	TOTAL (SIN IVA)
GESTOR/A PROYECTO COMUNICACIÓN	C-COM-001	51'30 e	136,45	7.000 e
TOTALES				7.000 e

El desglose de las tarifas máximas anteriormente mencionadas para la inserción de publicidad en medios digitales y el número de inserciones aplicables, son las siguientes:

PERFIL	CÓDIGO	TARIFA/INSERCCIÓN	CANTIDAD	IMPORTE TOTAL (SIN IVA)
ORGANIZACIÓN DE EVENTO (TIPO 3)	S-COM-013	19.239	3	55.800 euros
PUBLICIDAD EN MEDIOS DIGITALES	C-COM-048	100'00 e	372	37.200 euros
TOTALES				93.000 e

5. DISPONIBILIDAD Y RESERVA DE CRÉDITO

El/la Director/a responsable PAIF de los trabajos objeto del contrato que suscribe la presente memoria acredita la existencia de crédito y su reserva para llevar a cabo la licitación solicitada por importe total de 121.000 euros IVA incluido con la generación y codificación en el ERP-Navision del expediente de contratación EC24T-00251, según el siguiente detalle de anualidades:

Anualidad	Código Proyectos/s	Importe (IVA incl.) e
2024	PRY2024-0424	121.000

6. PLAZO DE EJECUCIÓN Y POSIBLES PRÓRROGAS PREVISTAS

El plazo de ejecución del contrato es de L 10 al 14 de Julio

7. CAUSAS DE MODIFICACIÓN DEL CONTRATO

No se prevé modificación del contrato

8. DESCRIPCIÓN DE LOTES O JUSTIFICACIÓN, EN SU CASO, DE NO DIVIDIR EN LOTES

División en Lotes

SI NO



Justificación:

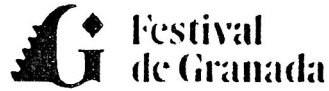
El hecho de que, la realización independiente de las diversas prestaciones comprendidas en el objeto del contrato dificulta la correcta ejecución del mismo desde el punto de vista técnico. Es decir, la división de esta licitación en dos lotes, uno para CONSORCIO FESTIVAL INTERNACIONAL DE MÚSICA Y DANZA DE GRANADA y otro para la agencia publicitaria encargada de la difusión internacional del evento no tiene sentido al tratarse del mismo soporte global, materiales publicitarios comunes y público al que impactar común, implicando un sobre esfuerzo de coordinación y sobre todo riesgo de una realización fallida de la acción.

9. PROPUESTA DE CRITERIOS DE SOLVENCIA Y ADJUDICACIÓN Y SU JUSTIFICACIÓN

A continuación se muestra el certificado de exclusividad que demuestra que el CONSORCIO FESTIVAL INTERNACIONAL DE MÚSICA Y DANZA DE GRANADA es el único capacitado para poder llevar a cabo esta acción:



EMPRESA PÚBLICA PARA LA GESTIÓN DEL
TURISMO Y DEL DEPORTE DE ANDALUCÍA, S.A.
Consejería de Turismo, Cultura y Deporte



DECLARACIÓN RESPONSABLE

D/ª. María Elena Cazorla García, con D.N.I. 24.230.788 N, actuando en representación del Consorcio Festival Internacional de Música y Danza de Granada, con CIF P6808903F y domicilio social en C/ Mariana Pineda, s/n, de Granada, en su calidad de Gerente del Consorcio, declara bajo su personal responsabilidad:

- Que el Festival de Música de Granada surge en 1952 con la idea de realizar espectáculos en el entorno monumental de la Alhambra y el Generalife. En la actualidad, el Festival de Granada tiene personalidad jurídica de Consorcio, y el principal exponente de su actividad es la realización exclusiva del programa del Festival Internacional de Música y Danza de Granada.

10.

CONCLUSIÓN

Por todo lo anteriormente descrito, se concluye que se hace necesaria la contratación del Patrocinio de los Festivales de Música y Danza de Granada 2024 y su difusión en medios



EMPRESA PÚBLICA PARA LA GESTIÓN DEL
TURISMO Y DEL DEPORTE DE ANDALUCÍA, S.A.
Consejería de Turismo, Cultura y Deporte

internacionales por un importe de 100.00 euros iva excluido