



Expte: 24CMCV/COM/019L

MEMORIA JUSTIFICATIVA DEL EXPEDIENTE DE CONTRATACIÓN DEL SERVICIO DE AGENCIA DE MEDIOS PARA LA COMPRA Y GESTIÓN DE ESPACIOS PUBLICITARIOS Y OTROS SOPORTES DE DIFUSIÓN, PARA LA PROMOCIÓN Y DIVULGACIÓN DE LA PROGRAMACIÓN DEL CMCV Y DEL CENTRE DEL CARME CULTURA CONTEMPORÀNIA (artículo 116 LCSP)

INFORME DE NECESIDAD E IDONEIDAD Y MEMORIA JUSTIFICATIVA

El Consorci de Museus de la Comunitat Valenciana (en adelante, CMCV) es una entidad de derecho público de la Generalitat, con personalidad jurídica propia y plena capacidad de obrar para el cumplimiento de sus fines.

Según los estatutos del Consorci de Museus de la Comunitat Valenciana, éste tiene como finalidad, entre otras, coordinar e impulsar el patrimonio museístico de la Comunitat Valenciana, fomentar la creación de nuevos espacios expositivos, e impulsar el conocimiento y difusión didáctica del arte valenciano.

Entre sus funciones está la de la programación, gestión, producción y exhibición de exposiciones y actividades de naturaleza cultural que se desarrollarán en las instalaciones del Centre del Carme, en espacios gestionados por la entidad; así como la difusión del conocimiento de todas estas artes, fomentando la asistencia de los ciudadanos a su programación y actividades.

El CMCV cuenta con una programación de actividades habituales y festivales que deben ser correctamente difundidos mediante acciones de publicidad para comunicar a los diferentes públicos y promover la asistencia o la compra de entradas. La planificación, mediación, compra de espacios publicitarios, ejecución de acciones de comunicación, control y desarrollo de las acciones y la posterior evaluación, son servicios susceptibles de ser licitados para la correcta y más eficiente gestión administrativa.

A tal efecto, el contrato proyectado tiene por objeto la prestación del Servicio de agencia de medios para la compra y gestión de espacios publicitarios y otros soportes de difusión, para la promoción y divulgación de la programación del CMCV.

A) INFORME DE NECESIDAD E IDONEIDAD DE SU OBJETO

La introducción de nuevos formatos y soportes publicitarios (tanto online como offline) implican una especialización. Esta se da tanto a nivel de agencias especializadas en ciertos soportes, formatos y





formas de comercialización, como departamentos específicos de grandes agencias de publicidad. Asimismo, la planificación de medios publicitarios exige conocer el mercado en base a criterios técnicos muy específicos (precio-rentabilidad, audiencias, cobertura, efectividad, herramientas para la planificación, etc.). Es por esto que se entiende conveniente, a efectos de la eficiencia y la optimización, licitar los servicios.

Asimismo, la Ley 12/2018, de 24 de mayo, de publicidad institucional para el interés ciudadano la concepción colectiva de las infraestructuras públicas de la Generalitat Valenciana, en su artículo 6.1. señala que: “La distribución de la publicidad institucional se ajustará a criterios objetivos, respetará los principios de eficacia, eficiencia, equidad y objetividad y se realizará en medios de difusión con estructura interna y externa de medio de comunicación que, además, se caractericen por la elaboración de contenidos informativos con criterios periodísticos”. Así mismo, el artículo 6.8 del mismo texto legal preceptúa que: “A todos los efectos, la contratación no puede realizarse de manera directa con el medio”.

La Ley 12/2018, de 24 de mayo, de publicidad institucional para el interés ciudadano y la concepción colectiva de las infraestructuras públicas regula la publicidad institucional en el ámbito de la Comunitat Valenciana, y es de obligado cumplimiento para la administración de la Generalitat, los organismos autónomos, instituciones, empresas y resto de entidades integrantes del sector público autonómico, de acuerdo con lo dispuesto en el artículo 3.1.b de la citada Ley.

A tal efecto, el contrato proyectado tiene por objeto la prestación del servicio de una agencia de medios que asuma la gestión de la compra de espacios publicitarios y la planificación de anuncios y campañas publicitarias en los distintos medios de comunicación y soportes publicitarios, para la difusión de diferentes acciones de comunicación del Consorcio de Museos de la Comunidad Valenciana.

En todo caso, es imprescindible la contratación externa de estos servicios técnicos con el fin de garantizar una gestión viable, eficiente y productiva teniendo en cuenta la programación de altísima intensidad prevista y garantizar la comunicación con la ciudadanía valenciana mediante campañas y acciones publicitarias.

A los efectos exigidos en el artículo 28 LCSP, la necesidad que se pretende satisfacer con el contrato que regula el presente Pliego consiste en difundir por parte del Consorcio de Museos de la Comunidad Valenciana la programación de todos sus eventos y actividades, así como aumentar la notoriedad y el conocimiento de esta institución a través de diferentes campañas de comunicación. El fin último de muchas campañas es aumentar el número de visitantes, así como hacer llegar nuestra labor cultural al ciudadano.





Como orientación, las campañas que realiza anualmente el CMCV son las siguientes:

MEDIOS GENERALISTAS: Prensa escrita, Radio, TV

MEDIOS ESPECIALIZADOS EN CULTURA: Se incluyen agendas y guías.

MEDIOS GENERALISTAS LOCALES Y AUTONÓMICOS: Prensa escrita, Radio, TV

SOPORTES EXTERIORES: En transporte y espacios públicos

Además, se pueden realizar campañas o acciones concretas de imagen, de algún espectáculo o ciclo, de publicaciones o de los diferentes servicios o espacios del CMCV.

Es por esto por lo que se entiende conveniente, a efectos de la eficiencia y la optimización, el servicio de Agencia de medios para la compra, planificación y gestión de soportes publicitarios digitales y *off line* y realización de campañas de publicidad no convencional (se excluyen las campañas de publicidad programática, en buscadores y social ads).

• NATURALEZA JURÍDICA Y EXTENSIÓN DEL CONTENIDO

El servicio objeto de este pliego es la contratación del “Servicio de agencia de medios para la compra y gestión de espacios publicitarios y otros soportes de difusión, para la promoción y divulgación de la programación del Consorcio de Museos de la Comunidad Valenciana, por tanto, el servicio tiene naturaleza de contrato administrativo, de conformidad con lo establecido en el artículo 25 LCSP.

Con carácter general las prestaciones a cubrir con el presente contrato son las enumeradas a continuación:

- Remisión de información del mercado publicitario. La empresa adjudicataria reportará al CMCV en un informe inicial la información sobre las audiencias los diferentes soportes susceptibles de ser utilizados en las planificaciones, con las condiciones, tarifas y precios de referencia de mercado. Dicho informe será actualizado según los cambios en el mercado o las necesidades del CMCV.
- La estrategia y planificación de la compra de espacios en medios de comunicación y demás soportes publicitarios para la difusión de las exposiciones y actividades promovidas por el Consorcio de Museos de la Comunitat Valenciana, inserciones publicitarias, participaciones y colaboraciones en suplementos, espacios especiales y/o proyectos específicos singulares culturales, entre otras acciones de análogas características.





- La contratación de los espacios publicitarios. Las empresas adjudicatarias realizarán la intermediación y la contratación de los espacios publicitarios según las planificaciones y directrices específicas de cada campaña; ordenarán a los medios las inserciones previstas y facilitarán al CMCV toda la información que se les solicite y en la forma que se les indique.
- El seguimiento y control de las campañas de publicidad institucional y de todo tipo de acciones publicitarias. Las empresas adjudicatarias realizarán un seguimiento continuo de la publicidad ordenada, comprobando su aparición en los medios de comunicación y otros soportes contratados y aportando los resultados de este seguimiento mediante los estudios de audiencia.
- La realización de una memoria detallada y resumen ejecutivo a la finalización de cada campaña en las que se incluyan todos los resultados cuantitativos y cualitativos de la misma, así como las incidencias que se hayan producido durante su realización.
- La puesta a disposición del CMCV de los informes técnicos de herramientas de análisis, planificación, seguimiento y resultados de campañas, así como de los recursos humanos precisos para la correcta ejecución de las prestaciones objeto del contrato.
- Asesoramiento técnico. Las empresas adjudicatarias prestarán el asesoramiento y apoyo técnico necesario para el buen desarrollo de las campañas de publicidad institucional, con carácter permanente durante la ejecución del contrato.
- Con respecto a todos los medios, especialmente los *online*, teniendo en cuenta su constante evolución e innovación, la empresa adjudicataria asesorará al CMCV sobre los cambios y las evoluciones tecnológicas que permitan conocer nuevas tendencias y medios.

Con carácter particular las prestaciones a cubrir con el presente contrato son las enumeradas a continuación:

- a) Las acciones o campañas publicitarias podrán consistir en acciones de comunicación publicitaria en medios controlados (publicidad convencional en cines, diarios, exterior, radio, revistas, digital, redes sociales, buscadores o televisión), o acciones de publicidad en medios estimados o no controlados (*branded content*, *street marketing*, 'influencers', animaciones, presentaciones publicitarias de marca, comunicación directa con buzono, reparto de *flyers*, etc.), y se podrán utilizar tanto en medios online como offline.
- b) La introducción de nuevos formatos y soportes publicitarios (tanto online como offline) implican una especialización. Esta se da tanto a nivel de agencias especializadas en





ciertos soportes, formatos y formas de comercialización, como departamentos específicos de grandes agencias de publicidad. Asimismo, la planificación de medios publicitarios exige conocer el mercado en base a criterios técnicos muy específicos (precio-rentabilidad, audiencias, cobertura, efectividad, herramientas para la planificación, etc.).

- **INFORME DE INSUFICIENCIA DE MEDIOS**

Debido al elevado número de actividades, exposiciones y colaboraciones, etc. que celebra anualmente el CMCV, la contratación de espacios publicitarios suscita un gran volumen de trabajo durante todo el año. Entre los trabajos que exige la gestión de la publicidad se encuentra la negociación con los medios, la actualización de las tarifas y descuentos del sector, las planificaciones y ejecuciones de las campañas, envío de materiales publicitarios a cada soporte, control de la emisión y de los certificados, etc. Además, la contratación directa por parte del CMCV supone un ingente volumen de expedientes y de facturas innecesarias con la licitación de todo el servicio.

La introducción de nuevos formatos y soportes publicitarios (tanto online como offline) implican una especialización. Esta se da tanto a nivel de agencias especializadas en ciertos soportes, formatos y formas de comercialización, como departamentos específicos de grandes agencias de publicidad. Asimismo, la planificación de medios publicitarios exige conocer el mercado en base a criterios técnicos muy específicos (precio-rentabilidad, audiencias, cobertura, efectividad, herramientas para la planificación, etc.). Es por esto que se entiende conveniente, a efectos de la eficiencia y la optimización, licitar los servicios.

Se constata la insuficiencia de medios propios en el CMCV y se pone de manifiesto la necesidad de la contratación de empresas de servicios de planificación de medios publicitarios que cuenten con la especialización, las herramientas y el personal adecuado para la realización de dichas labores.

La contratación del servicio es obligatoria por mandato legal debido también a Ley 12/2018, de 24 de mayo, de publicidad institucional para el interés ciudadano y la concepción colectiva de las infraestructuras públicas de la Generalitat Valenciana, que en su artículo 6.8. indica que 'A todos los efectos, la contratación no puede realizarse de manera directa con el medio'. Por tanto, se obliga a contratar la publicidad en medios mediante una agencia de medios o empresa de gestión de medios publicitarios.

Por todo ello, en relación con la contratación del servicio de referencia se informa que el CMCV no cuenta con medios humanos suficientes para atender el objeto de la contratación del servicio que se propone y constituye un servicio imprescindible para el funcionamiento de la entidad. En virtud de





cuanto antecede, se informa de la necesidad de la contratación del servicio de una agencia de medios para la compra de espacios publicitarios y otros soportes de difusión, para la promoción y divulgación de la programación del Consorci de Museus de la Comunitat Valenciana (CMCV).

• **JUSTIFICACIÓN DE LA DURACIÓN DEL CONTRATO**

La duración prevista del presente contrato es de 12 meses, prorrogables por otros 12 meses más.

Esta duración viene justificada:

- Por la propia naturaleza de los servicios compra y gestión de espacios publicitarios y otros soportes de difusión para difundir las actividades programadas por el Consorci de Museus de la Comunitat Valenciana, que pueden variar de un año a otro
- Por los cambios en el sector publicitario en cuanto a tarifas, nuevos soportes y nuevas tecnologías
- Y por la necesidad de someter periódicamente a concurrencia la presente licitación.

E) ELECCIÓN DEL PROCEDIMIENTO DE LICITACIÓN

De conformidad con los artículos 131.2, 145.3 y 156 LCSP la adjudicación se realizará, ordinariamente utilizando una pluralidad de criterios de adjudicación basados en el principio de mejor relación calidad-precio, y utilizando el procedimiento abierto, de forma que todo empresario podrá presentar una proposición, quedando excluida toda negociación de los términos del contrato con los licitadores.

El valor estimado del contrato asciende a 743.801,66 euros, IVA no incluido, atendiendo al artículo 101 LCSP el valor estimado del contrato se ha realizado teniendo en cuenta: (1) los precios habituales en el mercado, IVA excluido, para una duración de 12 meses, (2) los costes laborales derivados de los convenios colectivos sectoriales de aplicación y (3) el importe de una prórroga de 12 meses:

VALOR ESTIMADO LICITACIÓN AGENCIA DE MEDIOS

| Conceptos | Importe (IVA no incluido) |
|--------------------------|---------------------------|
| Importe total (12 meses) | 371.900,83 € |
| Prórroga (12 meses) | 371.900,83 € |
| TOTAL | 743.801,66 € |





El valor estimado del contrato asciende a 743.801,66 euros, IVA no incluido, por lo que, atendiendo a los artículos 19 y 22.1.b) LCSP, siendo un contrato de servicios cuyo valor estimado es superior a 215.000 euros, estamos ante un contrato sujeto a una regulación armonizada.

- **INFORME DE JUSTIFICACIÓN DE LA SOLVENCIA REQUERIDA**

Los requisitos mínimos de solvencia que deberá reunir el empresario y la documentación requerida para acreditar los mismos se especifican en el apartado L del ANEXO I Cuadro de Características del PCAP, de entre los establecidos en los artículos 87 y 90 LCSP. Se han elegido sólo aquellos que se consideren oportunos por su relación y proporcionalidad con el objeto del contrato, entendiendo que se ajustan a las magnitudes de valores que determinarán la admisión o exclusión de los licitadores y que están establecidos en proporción a la cuantía del contrato.

- **INFORME DE JUSTIFICACIÓN DE LOS CRITERIOS DE ADJUDICACIÓN**

En relación a los criterios de adjudicación que se especifican en el apartado LL del ANEXO I Cuadro de Características del PCAP, se ha considerado que la prestación del “Servicio de agencia de medios para la compra y gestión de espacios publicitarios y otros soportes de difusión, para la promoción y divulgación de la programación del Consorci de Museus de la Comunitat Valenciana (CMCV)”, por la propia naturaleza de estos servicios, donde se requiere para su prestación experiencia, especialización, idoneidad y capacidad para implementar técnicamente los trabajos encomendados en atención a las peculiaridades del sector publicitario y en especial, de la industria cultural que son de gran complejidad, tiene el precio una importancia relativa frente al desarrollo de una óptima propuesta técnica, al objeto de fijar la adjudicación de la licitación.

- **INFORME DE JUSTIFICACIÓN DE LAS CONDICIONES ESPECIALES DE EJECUCIÓN**

Se ha considerado de interés fijar en el marco de las condiciones especiales de ejecución, el establecer medidas sociales, en concreto: La empresa adjudicataria se compromete a que las bajas, sustituciones y nuevas contrataciones de personal adscrito a la ejecución del contrato, se realicen mediante la contratación de personas con dificultades particulares de inserción en el mercado laboral, siempre que las mencionadas personas tengan la capacidad profesional y personal necesarias para realizar las tareas objeto del contrato, hasta llegar a un 5% sobre el total de la plantilla que ejecute el contrato. Para ello, la empresa adjudicataria deberá presentar en el plazo de 15 días hábiles desde la formalización





GENERALITAT
VALENCIANA

CONSORCI
DE MUSEUS
DE LA
COMUNITAT
VALENCIANA

del contrato una declaración responsable en el que manifieste su compromiso con el cumplimiento de esta condición especial de ejecución.

En virtud de cuanto antecede, se informa de la necesidad de la contratación por parte del Consorci de Museus de la Comunitat Valenciana de los servicios descritos para la realización del “Servicio de agencia de medios para la compra y gestión de espacios publicitarios y otros soportes de difusión, para la promoción y divulgación de la programación del Consorci de Museus de la Comunitat Valenciana (CMCV)”, quedando suficientemente acreditada la elección del procedimiento de adjudicación.

Lo que se hace constar a los efectos oportunos y de acuerdo con los artículos 28 y 116 LCSP.

La Gerencia / El Órgano de Contratación, P.D de la Presidencia del CMCV (DOGV 15.01.2024)

CONSORCI DE MUSEUS DE LA COMUNITAT VALENCIANA
Museu, 2 46003 VALÈNCIA
consorcidemuseus@gva.es

