MEMORIA JUSTIFICATIVA DEL CONTRATO

Nº expediente: 2026-07

Tipo de contrato: Contrato de servicios.

Procedimiento de adjudicación: Abierto en base a varios criterios.

Fecha: 13 de octubre de 2026.

1. OBJETO DEL CONTRATO.

Es objeto de este documento fijar las condiciones técnicas que regirán en la ejecución del contrato del servicio de publicidad y gestión de medios para los programas: MUSIKA-MÚSICA, BAS - BILBAO ARTE SACRO y GAU ZURIA, que se desglosa en los siguientes tres ámbitos de servicio interrelacionados:

1. Servicio de gestión de anuncios.
2. Servicio de publicidad que incluye el diseño, la impresión y la distribución/instalación de materiales de difusión publicitaria.
3. Servicio de gestión de medios.

2. JUSTIFICACIÓN NECESIDADES A SATISFACER.

La naturaleza y extensión de las necesidades que pretenden cubrirse con el contrato son las siguientes:

El Teatro Arriaga precisa comunicar las actividades de los tres programas MUSIKA-MUSICA, BAS - BILBAO ARTE SACRO y GAU ZURIA en todos los medios: prensa escrita y digital, radio, televisión local y elementos exteriores, así como proporcionar al público cliente material suficiente para el entendimiento y conocimiento de las instalaciones, siendo precisa la contratación de una empresa especializada para la prestación del citado servicio.

Por ello, en cumplimiento de lo dispuesto en el art. 28 de la Ley de Contratos del Sector Público, se hace constar la idoneidad del objeto y contenido del contrato proyectado para satisfacer estas necesidades siendo necesario, por tanto, la tramitación del correspondiente expediente de contratación.

3. JUSTIFICACIÓN DE INSUFICIENCIA DE MEDIOS.

La actividad que se pretende contratar es competencia del Centro de Actividades Culturales Teatro Arriaga, S.A. y su objeto no contiene prestaciones que deben ser satisfechas con medios propios. Su prestación no puede ser asumida con los recursos humanos y técnicos de que dispone el Centro de Actividades Culturales Teatro Arriaga, S.A. siendo además inconveniente o imposible su reorganización.

Asimismo, los pliegos del contrato incorporan las debidas garantías recomendadas en la Instrucción de buenas prácticas en la celebración de contratos a fin de evitar incurrir en supuestos de cesión ilegal de trabajadores.

4. JUSTIFICACIÓN DE LOTES.

Se hace constar que se ha estudiado la conveniencia de dividir el contrato en lotes, pero se estima que la división no sería oportuna dado que la misma conllevaría una ejecución del contrato difícil desde el punto de vista técnico e ineficiente toda vez que se perdería la uniformidad y homogeneidad de la ejecución del contrato y aumentarían los plazos de ejecución.

Con este contrato se pretende conseguir un servicio completo de publicidad y medios que engloba diferentes ámbitos, por una parte la generación de diseños de materiales y anuncios, para lo que es necesario contar con un equipo de diseñadores gráficos, por otra parte la impresión de dichos materiales para lo que es necesario una imprenta y por último la gestión de dichos anuncios e inserción de los mismos en los medios para lo que resulta necesaria una agencia de medios.

Siendo posible realizar dicha diferenciación se ha valorado la posibilidad de licitar el servicio dividido en lotes, no obstante se han detectado las siguientes interrelaciones:

- Es imprescindible que los anuncios y los soportes materiales mantengan una coherencia de diseño y por lo tanto que se diseñen por el mismo equipo de personas.
- El diseño gráfico de los anuncios y soportes materiales debe tener en cuenta los medios en los que se van a insertar en todo momento y adecuarse de manera ágil por lo que la comunicación debe ser fluida, inmediata y con el menor número de intermediarios posible.
- El diseño gráfico de los soportes materiales debe tener en cuenta las características y capacidad de la imprenta y viceversa por lo que el equipo de diseño y la imprenta deben conocer con exactitud las capacidades técnicas respectivas.

Por todo ello dada la clara necesidad de comunicación fluida y ágil y trabajo conjunto entre los servicios, se ha concluido que la división en lotes es inviable ya que desembocaría en una gestión ineficiente al incrementarse las intermediaciones dando lugar a posibles confusiones y mayores plazos de ejecución.

5. JUSTIFICACIÓN DEL PROCEDIMIENTO.

El procedimiento de adjudicación de este contrato será el procedimiento abierto, a fin de que todo empresario capacitado interesado pueda presentar una proposición en las mismas condiciones de igualdad y transparencia.

6. JUSTIFICACIÓN DE LOS CRITERIOS QUE SE TENDRÁN EN CONSIDERACIÓN PARA ADJUDICAR EL CONTRATO.

La adjudicación se realizará atendiendo al art.131 de la Ley de Contratos del Sector Público, en base a una pluralidad de criterios basados en el principio de mejor relación calidad-precio, siendo las prestaciones susceptibles de ser mejoradas por las propuestas de los licitadores.

A tal efecto, se han establecido los siguientes criterios para la obtención de la mejor relación calidad precio del contrato:

a) CRITERIOS NO CUANTIFICABLES POR FÓRMULA: 48%

1. Criterios de garantía de calidad técnico-artística e imagen en base a propuestas de diseño. 24 puntos.

2. Criterios de metodología y coordinación del servicio. 10 puntos.

3. Criterios de adecuación de los recursos humanos. 10 puntos.

4. Criterios de adecuación de los recursos materiales. 4 puntos.

En esta licitación se ha considerado de especial relevancia la inclusión de un criterio que valore a través de ejemplos la calidad de los anuncios y materiales, por lo que se le ha decidido dar 24 de 48 puntos. Desde un punto de vista de calidad es clave que los diseños sean modernos, creativos y originales, acordes al nivel que quiere preservar el Teatro para los programas y por ello se pide ver ejemplos de varios formatos de los mismos.

En cuanto a la metodología para la baremación de estos criterios, se trata de criterios formulados de manera objetiva, con pleno respeto a los principios de igualdad, no discriminación, transparencia y proporcionalidad, que garantizan una evaluación comparativa de las ofertas en condiciones de competencia efectiva, y que no confieren al órgano de contratación una libertad de decisión ilimitada por cuanto que la puntuación en cada criterio se asignará según el siguiente baremo:

- Oferta Insuficiente: se considerará así cuando el desarrollo y alcance de la propuesta sea insuficiente o incoherente Hasta 40% de la puntuación máxima del criterio

- Oferta Suficiente: se considerará así cuando el desarrollo y alcance de la propuesta sea pobre o inexistente en alguna de los aspectos Hasta 50% de la puntuación máxima del criterio

- Oferta Buena: se considerará así cuando el desarrollo y alcance de la propuesta sea adecuado y siempre que los aspectos no desarrollados o poco desarrollados no tengan consideración de esenciales, y no pongan en riesgo llevar a buen fin del contrato. Hasta 75% de la puntuación máxima del criterio

- Oferta Destacable: se considerará así cuando el desarrollo y alcance de la propuesta sea completa y exhaustiva siendo la propuesta totalmente adecuada y la mejor para los fines del contrato Hasta 100% de la puntuación máxima del criterio

b) CRITERIOS CUANTIFICABLES POR FÓRMULA: 52%

Con el fin de simplificar la valoración automática, al ser el sistema de determinación del precio en unos casos un precio a tanto alzado, en otro precios unitarios y en otro la comisión por la gestión de medios tras el descuento sobre las tarifas oficiales, se establecen 16 tipos de licitación, asociados a los diferentes precios y comisión. Con respecto al porcentaje de descuento sobre las tarifas oficiales no se establece un tipo de licitación pero se solicita que los licitadores oferten un descuento a aplicar.

La puntuación otorgada a cada uno de los precios se ha elegido valorando el peso económico que suponen sobre el total. En concreto se reparten 41 de los 52 puntos a los conceptos asociados al servicio de publicidad que incluye el diseño, la impresión y la distribución/instalación de materiales de difusión publicitaria.

En cuanto a la fórmula empleada se propone la utilización de dos diferentes:

1. Para todos los criterios excepto los descuentos sobre tarifas oficiales de medios: Una fórmula por tramos, elegida bajo la premisa principal de linealidad en la relación entre las ofertas más ventajosas y el mayor número de puntos otorgados, y viceversa.
2. Para el descuento sobre tarifas oficiales de medios: La fórmula proporcional inversa que otorga la máxima puntuación al mayor porcentaje de descuento ponderado, y que otorga puntos de manera proporcional para el resto de ofertas, comparando las mismas con la oferta máxima.

7. JUSTIFICACIÓN DE SOLVENCIA ECONÓMICA, FINANCIERA Y CLASIFICACIÓN.

- Solvencia económica y financiera: Se ha elegido de entre los medios establecidos en el art. 87 LCSP, el volumen anual de negocios del licitador referido al año de mayor volumen de los tres últimos concluidos, que deberá ser igual o superior a una vez y media el presupuesto máximo de gasto.

  Este importe se considera suficiente y que refleja la capacidad y tamaño que debe tener el adjudicatario para atender con suficiencia las obligaciones derivadas del presente contrato, que supone generar los recursos financieros suficientes para atender sus compromisos de pago.

- Solvencia técnica o profesional: Se ha elegido, de entre los medios establecidos en el art. 90 LCSP, la experiencia en realización trabajos de igual o similar naturaleza que los que constituyen el objeto del contrato. Como mínimo se debe acreditar la misma por un importe anual acumulado en el año de mayor ejecución de los últimos tres años igual o superior al 70% de la anualidad media del presupuesto máximo de gasto.

  Siendo un contrato sujeto a regulación armonizada no procede establecer un medio de acreditación diferente para las empresas de nueva creación según lo dispuesto en el artículo 90.4 LCSP.

  El cumplimiento de este criterio se considera adecuado para acreditar la capacidad técnica de la empresa y la experiencia necesaria para el desarrollo del objeto del contrato en condiciones óptimas.

- Clasificación: Procede la clasificación sustitutoria Grupo: T, Subgrupo: 1, Categoría 4

  Los servicios de publicidad (CPV 79341000-6) son objeto de Clasificación en el grupo T, subgrupo 1 según lo dispuesto en el art. 37 del Reglamento general de la Ley de Contratos de las Administraciones Públicas.

  En cuanto a la categoría se debe atender al artículo 38 que establece la expresión de la cuantía se efectuará por referencia al valor estimado del contrato cuando la duración de éste sea igual o superior a un año. Siendo el mismo de 983.000 € corresponde la categoría 4 al ser la cuantía del contrato igual o superior a 600.000 euros e inferior a 1.200.000 euros.

  Por tanto, los criterios y requisitos mínimos de solvencia económica y financiera, de solvencia técnica o profesional y de clasificación que se determinan en los pliegos del contrato, quedan justificados en el expediente y cumplen la previsión indicada en el art. 74.2 relativa a que la solvencia debe estar vinculada al objeto del contrato y ser proporcionales al mismo.

8. JUSTIFICACIÓN DE CONDICIONES ESPECIALES DE EJECUCIÓN.

Se establecen como condiciones especiales de ejecución además de las requeridas por la ley condiciones especiales de ejecución de tipo social cumpliéndose con lo dispuesto en el artículo 202 de la LCS.

Siendo este contrato intensivo en mano de obra se consideran de especial importancia y vinculadas al objeto del contrato las condiciones expuestas para el fomento de empleo de colectivos especialmente afectados por el desempleo.

9. CÁLCULO DEL PRESUPUESTO BASE DE LICITACIÓN.

A los efectos del cálculo del presupuesto base de licitación del contrato de referencia y con el fin de que se adecue a los precios del mercado de conformidad con lo establecido en el art. 100 de la Ley 9/2017 de Contratos del Sector Público se han tenido en cuenta los costes directos e indirectos y otros eventuales gastos, tal y como queda acreditado en la Memoria económica del presente expediente.

Para el cálculo de los costes salariales se ha tenido en cuenta como Convenios de referencia el Convenio de Artes Gráficas, Manipulados de Papel y de Cartón y Editoriales de Bizkaia (categorías Titulado de grado superior, calificación 3,90, y Diseñador gráfico de 1º, categoría 2,00) y el Convenio de Oficinas y Despachos de Bizkaia (categoría No ingeniero ni informático_Titulado superior), cuyas tablas salariales se han actualizado a precios de 2026 según IPC.

10. TRATAMIENTO DE DATOS PERSONALES.

Este contrato requiere el tratamiento de datos personales por cuenta del Teatro Arriaga y se hace constar que se realizará únicamente con la finalidad de gestionar y desarrollar el conjunto de servicios y prestaciones estipuladas en este contrato, siendo necesarios para cumplir dichos propósitos. La empresa adjudicataria está obligada a firmar el Contrato presente en este expediente donde se detalla la finalidad del tratamiento, los datos a tratar y las obligaciones correspondientes.

LA DIRECCIÓN DEL CENTRO DE ACTIVIDADES CULTURALES TEATRO ARRIAGA, S.A.

11922107B JOSE IGNACIO MALAINA (R: A48211205)