



PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS QUE REGIRÁN EN LA CONTRATACIÓN DEL PATROCINIO PUBLICITARIO PRIVADO DEL FESTIVAL DE MÚSICA DE MÉRIDA, EVENTO “STONE AND MUSIC FESTIVAL” DE MÉRIDA PARA LOS AÑOS 2024, 2025 y 2026.

Introducción:

El Excmo. Ayuntamiento de Mérida desea patrocinar el Festival de Música de Mérida, Evento “Stone And Music Festival” marca que tiene en exclusiva la Producciones de Grandes Eventos S.L. con CIF: B06592133, con domicilio en la Carretera Mérida Montijo, km 50,400, 06870) La Garrovilla y que está organizando hace años en nuestra ciudad en el Teatro Romano de Mérida, un espacio monumental declarado por la UNESCO Patrimonio de la Humanidad.

El Stone And Music Festival se ha convertido en un referente musical en el suroeste peninsular siendo clave para ello la espectacularidad del lugar de celebración del mismo, el Teatro Romano de Mérida por lo que la promoción turística de la ciudad y la imagen de marca del evento asociada al patrimonio histórico artístico de la capital de Extremadura, Mérida, lo han convertido en un foco magnífico de promoción cultural en todo el país.

El Festival de Música de Mérida nace en 2016 como un evento que conjuga la música y el patrimonio histórico y arqueológico como una propuesta exclusiva única en España y que sirve de plataforma turística para la ciudad, con una afluencia prevista en cada edición de miles de espectadores presenciales en los conciertos y una difusión publicitaria del Festival y de Mérida que llega a millones de personas de diferentes países gracias a las plataformas digitales, redes sociales y medios de comunicación.

Características del Evento Musical y fechas de celebración:

El Ayuntamiento de Mérida tiene entre sus objetivos el fomento de la actividad cultural, así como el posicionamiento de la marca turística vinculada a la organización de importantes eventos culturales y al aumento del número de visitantes de la ciudad.

La celebración de conciertos de música en la ciudad de Mérida hacen que esta sea conocida a nivel nacional e internacional como lugar de celebraciones de grandes eventos musicales, configurando así una oferta de gran notoriedad, convirtiéndose en foco de atracción para visitantes y siendo además una plataforma muy adecuada para la promoción de la marca turística.

La participación del Ayuntamiento de Mérida en estos grandes eventos musicales mediante el patrocinio de los mismos, le da la posibilidad de aparecer en los diferentes soportes publicitarios de promoción puestos a disposición por la organización de estos festivales, difundiendo así la marca turística asociada al producto concierto, tanto en el mercado nacional como internacional, aprovechando



la gran repercusión mediática de los mismos difícilmente alcanzables mediante recursos propios.

La celebración de este tipo de eventos, además de fomentar la actividad cultural, musical y de patrimonio arqueológico supone un estímulo al crecimiento económico por el volumen de desplazamientos, pernoctaciones y consumo asociado a la asistencia masiva de ciudadanos a los conciertos, objetivos todos ellos que forma parte de las competencias propias del Ayuntamiento de Mérida que se convierte de este modo en un motor dinamizador de la economía local.

Estos Conciertos de Música suponen la reactivación económica del sector hostelero y de servicios, durante el mes de junio y finales de agosto hasta el Día de Extremadura, 8 de septiembre de cada año.

Con el Evento “Stone And Music Festival” se favorece la promoción de la capital extremeña y sirve de dinamizador de la economía y de sectores vinculados a ella como el comercio, la hostelería, los hoteles y distintos tipos de alojamientos y al sector de la alimentación.

Los participantes en estos conciertos de música son artistas consolidados, con gran trayectoria internacional y con éxito reconocido, que situarán a Mérida en primera línea de la promoción musical y turística gracias a la promoción publicitaria que se realiza a lo largo de todo el año con múltiples anuncios de artistas, carteles de previsiones musicales e impactos en medios de comunicación y redes sociales.

Se trata de un proyecto que beneficia a la ciudad puesto que generará decenas de puestos de trabajos directos e indirectos, atraerá a miles de turistas, promocionará a Mérida en el exterior y el impacto publicitario redundará en un importante incremento del turismo. Como hemos señalado, un Festival que sitúa a Mérida en el mapa de los acontecimientos culturales más destacados de España con un claro objetivo de promoción turística de la Capital Extremeña y de su riqueza monumental y patrimonial.

La repercusión mediática, tanto nacional como internacional, en todo tipo de soportes publicitarios justifica el retorno en publicidad a la entidad patrocinadora de la aportación a la organización de eventos, resultando este tipo de contratos el instrumento más ventajoso para cumplir con las competencias y objetivos de la institución, ya que la contratación con empresas de publicidad con el impacto garantizado mediante el contrato de patrocinio, resultaría más gravosa para las arcas municipales si se hiciera de manera directa por la propia Institución Municipal.

Procedimiento de adjudicación:

Contrato negociado sin publicidad, por protección de derechos exclusivos de conformidad con el art. 168. a) 2º de la LCSP 9/17, que dice que se pueden hacer bajo esta modalidad aquellos contratos que las obras, los suministros o los servicios solo puedan ser encomendados a un empresario determinado, por alguna de las siguientes razones: que el contrato tenga por objeto la creación o adquisición de una



obra de arte única no integrante del Patrimonio Histórico español o actuación artística única; que no exista competencia por razones técnicas; o que proceda la protección de derechos exclusivos, incluidos los derechos de propiedad intelectual e industrial.

Código CPV:

79340000-9 Servicios de publicidad y de marketing

División en lotes:

El contrato no se divide en lotes por el hecho de que, la realización independiente de las diversas prestaciones comprendidas en el objeto del mismo, dificultaría la correcta ejecución de este desde el punto de vista técnico, ya que es una única entidad que puede ofrecer los servicios de patrocinio publicitario en el evento mencionado, todo ello en consonancia a lo señalado por el artículo 99.3.b) de la LCSP 9/2017.

Plazo de duración y ejecución del contrato:

Tres anualidades 2024, 2025 y 2026.

Cesión y subcontratación:

Cesión (artículo 214 de la LCSP 9/17): No procede.

Subcontratación (artículo 215 de la LCSP 9/17): No procede.

Obligaciones de la Empresa Adjudicataria:

Serán obligaciones de la Empresa Adjudicataria:

1. La presencia institucional del Excmo. Ayuntamiento de Mérida mediante la inserción del logotipo municipal en toda y cada una de las actividades promocionales del Festival tales como:

- Carteles de los artistas participantes y del Festival en su conjunto.
- Entradas para acceso de público.
- Anuncios en redes sociales (Facebook, Instagram, Twitter).
- Cualquier anuncio en la web oficial propiedad de la marca Stone And Music Festival.
- Ruedas de prensa a lo largo de todo el año para anuncios, confirmaciones de artistas o promociones diversas que se lleven a cabo.



- Notas de prensa que haga la Empresa y que estén relacionados con el festival objeto del contrato.
- Photocall de artistas y entregas de distinciones apareciendo nítida la promoción de nuestra ciudad.
- Inserciones publicitarias en trenes turísticos, flotas de taxis y autobuses locales y autobuses de larga distancia.
- Publicidad en la Campaña Vía Musicorum, un proyecto de que se ha convertido en un atractivo turístico más puesto que ya no se pide información sólo del concierto sino de la colocación de la placa.
- Lonas de gran formato.
- Vallas de gran formato y anuncios en accesos y salidas de la ciudad.
- Faldones y anuncios con banners en los principales medios de comunicación regional, tanto en papel como en digital (televisiones, radios, revistas, webs especializadas...
- Difusión del Festival y de la ciudad en espacios informativos televisivos sobre festivales de música a nivel nacional e internacional.
- Publicidad en revistas musicales y en otras de ámbito local.
- Publicidad en actividades deportivas, sociales, de integración social con patrocinios y entrega de tótems identificativos con la participación de los artistas nacionales e internaciones que acuden al Festival.
- Difusión de la imagen del Festival y de la ciudad en planos turísticos.
- Presencia de celebrities en los conciertos y personas de reconocido prestigio en el mundo de la música y la comunicación que luego trasladan a sus esferas de seguidores y de su acción mediática la imagen de nuestra ciudad.

2. No utilizar para sí ni facilitar a un tercero dato alguno del objeto del Contrato, ni publicar total o parcialmente el contenido de este. El incumplimiento de esta obligación será causa de resolución del mismo, sin perjuicio de la responsabilidad en la que incurra el Patrocinado.

3. Facilitar al Excmo. Ayuntamiento de Mérida, sin ningún coste adicional, cuantos servicios profesionales se estimen necesarios y sean inherentes a la normal ejecución del Contrato y su control por la Institución Municipal tales como asistencia a reuniones, informes de ejecución, exposición pública de dicha ejecución, etc.



4. Proporcionar en soporte informático al Patrocinador todos los datos, cálculos, procesos y procedimientos empleados durante la elaboración de los trabajos.
5. Responder de su personal dependiente por actos, errores u omisiones que comprometan o perturben la buena marcha de la ejecución del contrato. En supuestos extremos debidamente motivados, el Excmo. Ayuntamiento de Mérida podrá requerir al Patrocinado la adopción de medidas concretas que coadyuven al restablecimiento del buen orden de ejecución de lo pactado.
6. Disponer de una dirección electrónica habilitada que, deberá facilitar al Patrocinador, a fin de agilizar la comunicación y relación con la misma. Así mismo, facilitará los números de teléfonos y dirección de correo electrónico, si los hubiera, de su personal dependiente responsable de la ejecución del Contrato.
7. Designar un responsable de la ejecución del Contrato, así como de las comunicaciones y actuaciones que deba hacer y recibir del Excmo. Ayuntamiento de Mérida, que deberá quedar recogido en el documento por el que se formalice este. El responsable del Patrocinado será una persona física que representará a aquel frente al Patrocinador.
- 8.- Cumplir íntegramente con los servicios contratados.
9. Cuantas otras le atribuyen la LCSP 9/17 y el resto de normativa que le resulte aplicable.

Presupuesto, base de licitación y régimen de financiación:

El presupuesto base de licitación del contrato privado de patrocinio, se ha acordado y determinado a tanto alzado, teniendo en cuenta los posibles retornos publicitarios que la entidad puede proporcionar al Ayuntamiento de Mérida.

Estudio Económico estimado del contrato

Patrocinio	
Coste de la estrategia de marketing basada en la publicidad y el mecenazgo	208.347,80 €
Gastos Generales 13%	27.085,21 €
Beneficio industrial 6%	12.500,87 €
Subtotal	247.933,88 €
21%IVA	52.066,11 €
TOTAL DE GASTO	300.000,00 €



- Presupuesto base licitación (I.V.A. excluido):

Setecientos cuarenta y tres mil ochocientos un euros con sesenta y cuatro céntimos de euro (**743.801,64 €**).

- Tipo IVA aplicable:

21%

- Importe IVA:

Ciento cincuenta y seis ciento noventa y ocho euros con treinta y seis céntimos de euro (156.198,36 €).

- Presupuesto base licitación (I.V.A. incluido):

Trescientos mil euros (300.000,00 €).

- Valor estimado del contrato (I.V.A. excluido):

Setecientos cuarenta y tres mil ochocientos un euros con sesenta y cuatro céntimos de euro (743.801,64 €).

- Anualidades:

2024, 2025 y 2026.

- Costes por anualidad:

Base imponible doscientos cuarenta y siete mil novecientos treinta y tres euros con ochenta y ocho céntimos de euros (247.933,88 €) más el 21 % del IVA que son cincuenta y dos mil sesenta y seis euros con doce céntimos de euro (52.066,12 €), total 300,000 €.

SENDA PRESUPUESTARIA

Año	Valoración estimada	IVA 21%	LICITACIÓN / AÑO
2024	247.933,88 €	52.066,12 €	300.000,00 €
2025	247.933,88 €	52.066,12 €	300.000,00 €
2026	247.933,88 €	52.066,12 €	300.000,00 €
Total contrato	743.801,64 €	156.198,36 €	900.000,00 €



Valoración Estimada del contrato	900.000,00 €.
Presupuesto Base De Licitación(IVA excluido)	743.801,64 €.
IVA 21%	156.198,36 €

Obligaciones del patrocinador:

El Excmo. Ayuntamiento de Mérida, como Patrocinador del Festival de Música de Mérida “Stone And Music Festival”, se obliga al pago de trescientos mil euros por anualidad IVA incluido (300.000,00 €) al término de cada edición de referido evento musical.

El abono se realizará mediante transferencia bancaria una vez celebrada cada edición y una vez que estén realizadas todas las actividades de promoción de la imagen corporativa del Ayuntamiento de Mérida reseñadas anteriormente. La acreditación de la ejecución de las actuaciones patrocinadas y de los gastos relativos a dicho evento, se efectuará mediante dossier de prensa, dossier de impactos en redes sociales, así como la correspondiente factura de la Empresa patrocinada y junto a ella las facturas de las empresas que con este patrocinio han sido abonadas.

Costes del patrocinio publicitario si se hiciera la promoción directamente por el Ayuntamiento de Mérida a través de medios de comunicación y prensa:

Medio de comunicación	Precio medio unitario	Estimación/ Cuantificación	Total
Televisión nacional	6.000,00 € x 20 segundos	10	60.000,00 €
Televisión autonómica	500,00 € x cada 20 segundos	100	50.000,00 €
Prensa escrita nacional	12.000,00 € por noticia	10	120.000,00 €
Prensa escrita autonómica	750,00 € x noticia	20	15.000,00 €
Radio de cobertura nacional.	2.000,00 € x mención	10	20.000,00 €
Radio de cobertura autonómica.	125,00 € x mención	400	50.000,00 €



Medios online nacional.	7.500,00 € por noticia	100	750.000,00 €
Medios online autonómico.	500,00 € por noticia.	300	150.000,00 €
Medios online internacional.	3.000,00 € x noticia	5	15.000,00 €
Total retorno estimado.			1.230.000,00 €

Costes del patrocinio publicitario si se hiciera la promoción directamente por el Ayuntamiento de Mérida a través de redes sociales:

Red social	Alcance medio	Coste impresiones	Retorno total.
Facebook	7000	4 euros	28.000,00 €
Twitter	20000	5 euros	100.000,00 €
Instagram	2500	6 euros	15.000,00 €
Total estimado			143.000,00 €

Otros medios de difusión publicitaria:

Tipo	Número	Importe unidad	Total
Vallas de gran formato	3	17.250,00 € /año	51.750,00 €
Videos de un minuto en redes sociales.	9	750,00 € cada video	6.750,00 €
Banners en webs	20	150,00 €	3.000,00 €
Rotulación en bus urbano	3	9.000,00 € x 5 líneas	45.000,00 €
Rotulación bus interurbano	3	9.000,00 € x 1 línea	9.000,00 €
Taxis	2	545,00 € por taxi x 15 taxis	8.175,00 €
Publicidad integral Tranvía Sevilla	1	12 semanas	30.000,00 €
Totales			153.675,00 €

Retorno por público asistente:

Para obtener los datos de gasto medio por participantes directos en eventos culturales y conciertos, sin contar en ningún caso a los familiares y amistades que les acompañan, hemos extrapolado los datos del Observatorio de Turismo de la



Junta de Extremadura, donde se indica que el consumo medio por turista en nuestro municipio es de 78,77 euros diarios.

Retorno por publicidad estática:

Las ventajas que supone utilizar publicidad estática para la difusión de la marca de Mérida se resumen en los siguientes puntos:

- Es popular y masivo. Aparte de ser un formato muy vistoso y reconocido por la sociedad, también sirve como señalización y notoriedad de marca, ya que está presente en cualquier evento cultural en el que se invierte en publicidad estática.
- Es habitual y cotidiana. La audiencia ya vive acostumbrada a los estímulos publicitarios que recibe por la calle, y, aun así, siempre asocia de forma efectiva este tipo de publicidad a la marca que la realiza. Claramente, cuánto más esfuerzos se ponen en el anuncio que se realiza, mayor probabilidad de efectividad tendrás.
- Gran visibilidad y rentabilidad. A través de la publicidad estática, se expone ante un gran número de personas la marca de Mérida, que asociarán la identidad corporativa con la imagen de los conciertos, la música, la cultura y el patrimonio arqueológico que se patrocina. Por otro lado, el alquiler de espacios estáticos suele presentar costes razonables, lo que te ofrece una gran optimización de la inversión.
- Gran eficacia asegurada. La publicidad estática, sobre todo la exterior, presenta buenos resultados que han sido testados. Bien es cierto que su ubicación requiere de un pensamiento estratégico muy estudiado, por lo que se prima la ubicación de la imagen del Teatro Romano, colocación de banners publicitarios en webs oficiales o en entrega de premios y photocall, lo que repercutirá directamente en la difusión de la marca, además de en los canales de difusión habituales, en las redes sociales y publicaciones de todas las personas que participan en la actividad.

La cuantificación del retorno de la publicidad estática es difícil de valorar, ya que cada entidad promotora, establece un canon para la inclusión de publicidad estática en los eventos culturales y musicales promocionados.

No tenemos constancia de un estudio de costes medios para la integración de publicidad estática en eventos publicitarios, por lo que se establece una media, definida por el canon establecido por varios eventos musicales desarrollados en nuestro municipio, y los costes de la implantación de publicidad estática de una empresa (<https://www.oblicua.es/publicidad/publicidad-espana.html>), todo ello balanceado con el número de días de concierto y los eventos.

Criterios de adjudicación:



CRITERIOS CUANTIFICABLES DE MANERA AUTOMÁTICA. (100 puntos)

El presente contrato tiene carácter privado a tenor del artículo 26 de la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público, por la que se transponen al ordenamiento jurídico español las Directivas del Parlamento Europeo y del Consejo 2014/23/UE y 2014/24/UE, de 26 de febrero de 2014.

La adjudicación de este contrato se realiza sin promover la concurrencia al amparo del artículo 168, letra a), 2º de la LCSP, justificada en la propuesta de inicio de expediente que obra en el mismo, no existiendo por tanto otra figura con dichas características que pueda ejecutar el objeto del contrato.

Por lo que, habida cuenta de la inexistencia de otra entidad o persona que reúna las condiciones mencionadas, son de aplicación los preceptos legales a que se ha hecho referencia, a efectos de que el contrato pueda ser adjudicado de forma directa a la empresa Producciones de Grandes Eventos S.L.

Las condiciones del contrato están previamente negociadas por las partes y contenidas en el el Pliego de Cláusulas Administrativas y de Prescripciones Técnicas, y la participación en el presente procedimiento constituye la aceptación de las mismas en su integridad.

Un único criterio: Se ha utilizado un único criterio de adjudicación dado que el contrato está perfectamente definido y no es posible variar los plazos de entrega ni introducir modificaciones de ninguna clase en el contrato, siendo por consiguiente el precio el único factor determinante de la adjudicación.

Se ha seleccionado este criterio de adjudicación por entender que el mismo repercutirá en el menor coste para la Administración sin menoscabo de la eficiencia, los acuerdos previos de patrocinio y mayor calidad de la prestación que se pretende contratar.

Oferta económica: La mayor cantidad de baja ofertada sobre el precio total del contrato (IVA excluido), será valorada con la máxima puntuación establecida para este criterio; la oferta que no realice ninguna baja con 0 puntos, atribuyéndose a los restantes importes (cantidades) de baja ofertados la puntuación que proceda en base a la siguiente formulación matemática:

Siendo:

Pi: Es la puntuación correspondiente a la oferta.

Licitación: Es el precio de licitación base del contrato.

Oferta: Es la oferta económica que se está valorando.



Facturación.

Previa presentación de las facturas o conjunta a estas, la entidad patrocinada deberá presentar una memoria de los retornos publicitarios en la Delegación de Festejos, en la que conste detallada y exhaustivamente el cumplimiento de todos los retornos recogidos en la contratación. Dicha memoria deberá ser presentada, preferentemente en formato digital.

El valor económico de la repercusión mediática total resultante del patrocinio deportivo, debe ser igual o superior al estimado como retorno publicitario.

En el caso de que el valor económico de la repercusión mediática sea inferior al contemplado en la oferta presentada, se reducirá proporcionalmente el importe del patrocinio adaptándolo a la repercusión mediática efectivamente justificada.

Se realizará una factura por los conceptos de patrocinio recogidos en el contrato, con cargo al presupuesto correspondiente del Ayuntamiento de Mérida.

Mérida, a la fecha de la firma electrónica.

Fdo.- El Funcionario Jefe de Negociado del Servicio Municipal de Atención a la Ciudadanía y Fiestas Populares.

A/A SERVICIO MUNICIPAL DE CONTRATACIONES.

Excmo. Ayuntamiento de Mérida.

Plaza de España, 1.

06800 – Mérida.