

## INFORME DE NO DIVISIÓN EN LOTES

### Contrato de servicios: “Campañas segmentadas en redes sociales y microvídeos para dispositivos móviles y medios audiovisuales”.

#### 1. OBJETO DEL INFORME

El presente informe tiene por objeto justificar técnicamente la no división en lotes del contrato de servicios denominado “Campañas segmentadas en redes sociales y microvídeos para dispositivos móviles y medios audiovisuales”, de conformidad con la legislación de contratos del sector público y a los efectos de su incorporación al expediente.

#### 2. CARÁCTER UNITARIO DE LA PRESTACIÓN

La prestación que se proyecta contratar presenta una unidad funcional, técnica y operativa incuestionable. La estrategia de segmentación, la conceptualización creativa, la producción audiovisual, la gestión de campañas, la eventual prescripción digital, la optimización en tiempo real y la medición final forman parte de una misma cadena de valor orientada a un resultado único: mejorar la notoriedad, el posicionamiento y la eficacia promocional del destino Almuñécar y La Herradura.

La fragmentación en lotes independientes alteraría la lógica interna del servicio, generando discontinuidades entre la definición estratégica y la ejecución material de las campañas, y dificultando la coherencia narrativa, estética y operativa que debe presidir una acción institucional de estas características.

#### 3. RAZONES TÉCNICAS QUE DESACONSEJAN LA DIVISIÓN

- La estrategia, los públicos objetivo, los mensajes, los formatos y los soportes deben responder a una única dirección creativa y a una planificación integrada.



- La producción de contenidos y la difusión digital requieren retroalimentación constante: el rendimiento de las campañas condiciona ajustes creativos, priorización de piezas y redistribución de esfuerzos.
- La separación entre producción, compra de medios y analítica dificultaría la atribución de resultados y la depuración de responsabilidades ante posibles desviaciones.
- La existencia de varios adjudicatarios incrementaría los costes de coordinación, validación y seguimiento para la Administración, sin aportar una mejora objetiva del resultado.
- La ejecución unitaria facilita el cumplimiento de los hitos temporales del PSTD, la trazabilidad del gasto, la visibilidad PRTR y la correcta justificación del expediente.

#### **4. RAZONES ECONÓMICAS Y DE EFICIENCIA**

La división del contrato en lotes obligaría a duplicar tareas de coordinación, interlocución, supervisión y validación, con la consiguiente pérdida de eficiencia administrativa y mayor riesgo de solapamientos, incongruencias y sobrecostes indirectos.

Desde la perspectiva del rendimiento de la inversión pública, la gestión unificada favorece una optimización continua del presupuesto entre creatividad, producción y difusión, permitiendo reasignar esfuerzos conforme a los datos de campaña y maximizando el impacto global de la actuación.

#### **5. NO RESTRICCIÓN INDEBIDA DE LA COMPETENCIA**

La no división en lotes no comporta una restricción artificial de la competencia, habida cuenta de que el mercado dispone de un número suficiente de operadores económicos capaces de prestar de forma integral servicios de estrategia digital, producción audiovisual y gestión de campañas.

Además, el eventual recurso a medios externos por parte del adjudicatario, en régimen de subcontratación y dentro de los límites legalmente previstos, permite absorber perfiles especializados sin necesidad de segmentar contractualmente la prestación.



## 6. CONCLUSIÓN

Por las razones funcionales, técnicas, económicas y de buena administración expuestas, se considera justificada la no división en lotes del contrato, al resultar la licitación unitaria la fórmula que mejor garantiza la coherencia de la campaña, la eficacia del gasto público, la adecuada dirección del proyecto y el cumplimiento de las obligaciones vinculadas al PSTD y al PRTR.

**En Almuñécar, a fecha de firma electrónica.**

**EL DIRECTOR DE TURISMO,  
Fdo.: Felipe Puertas Ramírez**  
*(Firmado electrónicamente)*

