



INFORME DE NECESIDAD Y MEMORIA JUSTIFICATIVA DEL CONTRATO PRIVADO PARA EL PATROCINIO PUBLICITARIO DEL “55 FESTIVAL INTERNACIONAL DE TEATRO, MÚSICA Y DANZA DE SAN JAVIER”. EXPTE. 014APG58L2025.

El Instituto de Industrias Culturales y las Artes de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia (en adelante ICA) es una entidad pública empresarial creada por Ley 14/2012, de 27 de diciembre, de medidas tributarias, administrativas y de reordenación del sector público regional, cuya finalidad es la ordenación, planificación, programación, dirección y coordinación de las competencias de la Región de Murcia en materia de promoción cultural, en el marco de la política del Gobierno Regional; atribuyéndosele las funciones que se determinen en sus Estatutos y la potestad administrativa contractual, subvencional, planificadora y convencional (art. 46), considerándose medio propio y servicio técnico de la Consejería de Turismo, Cultura, Juventud y Deportes.

Según sus Estatutos, aprobados por Decreto 17/2014, de 28 de marzo (BORM 01/04/2014), tales fines generales se concretan en el ejercicio de una serie de funciones entre las que se encuentran, la promoción de los sectores de las industrias culturales y artísticas, y el fomento de consumo cultural.

Asimismo, dicho ente tiene como misión la promoción, protección, difusión y fomento de los diferentes sectores artísticos de la Región de Murcia, en particular, de las artes visuales, las artes escénicas, la música, el audiovisual y las industrias culturales.

En ejercicio de dichas funciones, el ICA contempla dentro de sus estrategias la de “Internacionalización del Sector de las Industrias Culturales”, que tiene como objetivo el desarrollo de un Plan Internacional de este sector, para potenciar la presencia del tejido industrial en ferias, festivales y certámenes de ámbito nacional e internacional.

Por lo expuesto, se considera de interés público fomentar la imagen y marca de la Región de Murcia, en su faceta más ligada a la cultura, el ICA, a través del “Festival Internacional de Teatro, Música y Danza de San Javier”, que se celebrará en dicho municipio del 31 julio al 21 de agosto de 2025; y todo ello, partiendo de que dicho Festival fue declarado de Interés Turístico Regional, comenzando su andadura en el 1969; convirtiéndose con el paso de los años, en un punto de encuentro obligado para todos aquellos aficionados a estas disciplinas que se dan cita cada año en el mes de agosto en el litoral de nuestra Región.

Este Festival cuenta con más de cuarenta años de historia, y con un importante calado en la población, al contar con más de doscientos estrenos y aproximadamente trecientos cincuenta mil espectadores; permitiendo ofrecer un buen y variado





programa cultural en una zona de la Región en la que durante el verano se concentra un importante nivel de población como es la zona del Mar Menor y alrededores.

Y todo ello, teniendo en cuenta que el litoral de la Región acoge un importante número de visitantes nacionales y extranjeros durante los meses estivales, y que este Festival representa uno de los acontecimientos culturales más importantes en esas fechas, con gran repercusión mediática, no sólo en el ámbito local o regional, sino también nacional, a nivel de prensa escrita y digital, radio, televisión y redes sociales, así como revistas especializadas (Arte, Teatros...); resultando ser un marco perfecto para dar a conocer la labor de apoyo a la cultura de esta Comunidad Autónoma, a través de su Instituto de Industrias Culturales y las Artes, llegando así nuestra imagen a un público que va más allá del que reside habitualmente en la provincia.

Marcado el interés público, se pretende realizar un contrato publicitario con el Ayuntamiento de San Javier, en el que el patrocinado colabore en la publicidad del patrocinador, a fin de obtener una relevancia social en la actividad cultural realizada por el ICA.

Por lo que se refiere al contenido concreto del contrato de patrocinio, las contraprestaciones a satisfacer por el Ayuntamiento de San Javier se especifican en su Memoria-Plan de Comunicación, y asimismo en el Pliego de Condiciones Técnicas, y se concretan en la publicidad del ICA a través de:

- Comunicación en espacio escénico: emisión cada noche de una locución institucional, antes del inicio del espectáculo, en todas las actuaciones del Festival a celebrar en el Auditorio Parque Almansa del 31 julio al 21 de agosto de 2025, donde los espectadores podrá oír el texto propuesto (*“La Concejalía de Cultura del Ayuntamiento de San Javier y el Instituto de las Industrias Culturales y de las Artes de la Región de Murcia les dan la bienvenida a la 55ª edición del Festival Internacional de Teatro, Música y Danza de San Javier, referente cultural del verano en el Mediterráneo. Les recordamos que no está permitido grabar ni hacer fotografías durante la función. Disfruten del espectáculo.”*) y donde se da protagonismo al ICA.
- SanJavier Activa es una aplicación móvil institucional implantada en el municipio, con más de 7.000 usuarios activos. Durante el festival, se desarrollará una campaña específica en esta app, incluyendo:
 - Banners permanentes con programación y logotipo del ICA.
 - Campañas promocionales del Festival (sorteos y concursos)
 - Acceso directo a la compra de entradas y contenidos exclusivos.

Esta acción garantiza un impacto directo, geolocalizado y medible en la ciudadanía local y visitantes.





- Redes Sociales (Instagram, Facebook, twitter): la estrategia digital contempla la producción y difusión de un vídeo promocional institucional con imagen del ICA, publicaciones diarias en stories, reels y post sobre programación y artistas, realización de concursos y sorteos para fomentar la participación y aumentar el alcance de las publicaciones.
- Medios de Comunicación: se llevarán a cabo entrevistas, reportajes y menciones en medios regionales como Televisión: 7TV Región de Murcia, Canal 1, RTVE Murcia; Radio: Onda Regional, Onda Cero, Canal Sureste. Se amplia este 2025 con especial programa de radio en directo desde el Auditorio Parque Almansa durante el Festival; prensa escrita y digital: La Verdad, Diario La Opinión, medios culturales online. En todos los casos se incluirá referencia expresa al patrocinio del ICA como entidad colaboradora principal.
- Soportes Urbanos y Digitales: el municipio dispone de varios puntos de difusión digital y física, distribuidos entre San Javier, Santiago de la Ribera, La Manga del Mar Menor y Roda. Entre ellos se encuentran: escaparates con pantallas táctiles interactivas, tótems informativos, monopostes publicitarios, videowalls fijos y móviles. En estos dispositivos se proyectarán vídeos y carteles del festival con la imagen del ICA
- Publicidad Gráfica y Física: diseño y maquetación de dossier de prensa, invitaciones en papel, lonas, carpetas, photocall, carteles A3, lona gigante microperforada para pared exterior de edificio municipal, banderolas en Avenidas principales del municipio. Todo ello con el logo del Instituto de las Industrias Culturales y de las Artes de la Región de Murcia y expresa mención del patrocinio con el ICA, el cual se podrá divisar todos los días por los usuarios.

Todas estas actuaciones van encaminadas a dar a conocer al Instituto de Industrias Culturales y las Artes de la Región, y su labor dentro de la Consejería de Turismo, Cultura, Juventud y Deportes de la CARM, en su función de promoción cultural.

Con la suscripción de este contrato, el ICA adquirirá la condición de patrocinador oficial del Festival, pudiendo difundir o utilizar este título en cuantas acciones publicitarias estime oportunas.

Así la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia, a través del ICA tendrá presencia publicitaria en el evento y su imagen estará en todo momento visible, más allá de la mera inserción del logotipo, en todos los lugares estipulados.

La Comunidad Autónoma de la Región de Murcia, y más concretamente el ICA, tendrán presencia, como se ha indicado, en:

a) Todos los medios digitales y comunicaciones del Festival: página web y redes sociales, banners publicitarios.





- b) Todos los soportes publicitarios oficiales, entre los que se encuentran carteles oficiales, flyers promocionales, carpetas de prensa, acreditaciones, soportes físicos, photocall, lonas, banderas, banderolas, vinilos, escenarios, etc.
- c) Todos los elementos de papelería, incluyendo catálogos, revistas, documentos de acceso o entradas, folletos...
- d) En todas las notas de prensa y comunicados, intervenciones en TV o radio.

Debiendo el patrocinado presentar, dentro del plazo de tres meses desde la finalización del Festival, memoria de las actividades e informe de medios, donde se detalle el impacto en medios, junto a su retorno final.

Asimismo, el patrocinado, como organizador, entregará al ICA, para sus autoridades y representantes institucionales, 20 invitaciones para acceso a la zona preferente, con el fin de seguir el desarrollo del Festival.

El patrocinado, por otra parte, invitará a representantes de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia a los eventos que se organicen con motivo de la celebración del Festival y, en especial, a los actos de presentación e inauguración.

Respecto a la valoración económica de **la aportación** para este tipo de elementos publicitarios, dado su carácter internacional, la repercusión mediática, el coste estimado por el Ayuntamiento en publicidad y el propio lugar de celebración en una zona estratégica para la comunidad en época estival, se cifra a día de hoy en un total de 20.000 euros.

No obstante, este coste está en función del valor de mercado que en cada momento tiene el evento que se patrocina.

El valor de mercado, en definitiva, lo da la importancia y repercusión del evento. El patrocinado, como dice la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad, a cambio de una ayuda económica para la realización de su actividad, se compromete a colaborar en la publicidad del patrocinador.

La pasada edición del festival tuvo una asistencia aproximada de 25.000 personas, con un 70% de asistentes locales y regionales, y un 30% proveniente de otras regiones o extranjeros; lo que generó, según datos del propio Ayuntamiento, más de un millón de euros en ingresos directos para la ciudad, incrementándose el empleo temporal durante el mes de agosto con la organización del Festival, logística y atención al público; al mismo tiempo que la ocupación hotelera y la reserva en alojamientos locales y plataformas de alquiler turístico alcanzó más del 90% en el período del 54 Festival.

En cuanto a la cobertura mediática de la pasada edición del Festival, se distribuyó:

- 50% Redes Sociales.





- 20% Prensa escrita.
- 10% Radio.
- 10% Entrevistas y programas televisivos.
- 10% Soportes publicitarios físicos.

Todos los datos expuestos nos dan una idea del impacto que socioeconómico y por ende publicitario que logró el Festival, en su última edición, realizada en 2024, por lo que cabe esperar un impacto similar, y, en cualquier caso, no menor, en su presente edición.

Los datos anteriores se refieren al impacto del Festival en pleno período estival y zona de vacaciones, zona estratégica para la región. Para la presente edición se aporta un presupuesto del Festival de 300.888,16€; donde un importante porcentaje de este, durante 2025, estará destinados a la contratación de servicios y empresas radicadas en la Región, y serán muchos los servicios de restauración, transporte, ocio, cultura y turismo que se verán beneficiados como consecuencia de la celebración de este evento internacional.

Por todos estos motivos, dado el gran interés cultural y mediático del evento, el ICA propone la suscripción de un contrato de patrocinio de este evento, estando previsto un precio de licitación de **20.000 euros, IVA incluido**, que será posteriormente objeto de negociación hasta alcanzar la cifra definitiva.

Según el artículo 168 a) 2º de la Ley 9/2017 de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público, por la que se transponen al ordenamiento jurídico español de las Directivas del Parlamento Europeo y del Consejo 2014/23/UE y 2014/24/UE, de 26 de febrero de 2014, el procedimiento a utilizar será el negociado cuando por motivos relacionados con la ausencia de competencia por razones técnicas, el contrato sólo pueda encomendarse a un empresario determinado; en este caso al Ayuntamiento de San Javier como organizador y promotor único del citado Festival, al tratarse de un festival público, que fue declarado “Fiesta de Interés Turístico Regional” el 10 de marzo de 1995 (BORM de 28 de marzo de 1995).

Por tanto, de acuerdo con el citado artículo 168 a) 2º de la Ley de Contratos del Sector Público, el procedimiento a utilizar para la adjudicación de este contrato privado de patrocinio ha de ser necesariamente el negociado sin publicidad.

Murcia, documento firmado electrónicamente en la fecha indicada al margen.
LA TÉCNICO DEL INSTITUTO DE INDUSTRIAS CULTURALES Y LAS ARTES

Ana Bernal Vivo

