



ACUERDO DE INICIO DE EXPEDIENTE DE CONTRATACIÓN

Vista la propuesta de contratación del servicio consistente en un plan de marketing para la promoción de la marca Festival de Tenerife, resultan en lo esencial los siguientes

ANTECEDENTES DE HECHO

PRIMERO.- Por el Departamento de Marketing y Comunicación de esta entidad, se insta la contratación del servicio consistente en un plan de marketing para la promoción de la marca Festival de Tenerife, con un plazo de ejecución de seis meses, y un presupuesto de licitación de **SESENTA MIL EUROS (60.000€)**, siendo el importe del IGIC de **CUATRO MIL DOSCIENTOS EUROS (4.200€)** el importe total, IGIC INCLUIDO, asciende a la cantidad de **SESENTA Y CUATRO MIL DOSCIENTOS EUROS (64.200€) INCLUIDO IGIC** que se financiará con cargo al presupuesto de explotación de la Sociedad del ejercicio 2018.

SEGUNDO.- La presente licitación se justifica en la necesidad de mejorar el posicionamiento de la marca FESTIVAL DE TENERIFE, así como mejorar la venta de entradas que conforman la programación de Festival de Tenerife 2018.

Festival de Tenerife llega a su segunda edición centrándose en las artes escénicas como eje central de su programación. El Cabildo de Tenerife junto a los Ayuntamientos de Santa Cruz y La Laguna programa durante los meses de octubre y noviembre un total de 30 espectáculos con el claro objetivo de potenciar la programación cultural de ambas ciudades así como la exhibición de las producciones canarias.

Esta segunda edición incorpora a su programación producciones propias de espectáculos que serán estrenados en el marco del Festival con clara vocación de mostrar las habilidades y el talento de los creadores canarios así como abrir una ventana a la comercialización y distribución de dichas piezas en otros festivales del territorio nacional. También se abre un ciclo de grandes clásicos de nuestra literatura que tendrán funciones escolares específicas al margen de las abiertas al público en general.

En esta segunda edición se potenciarán también los espectáculos de calle y las presentaciones en espacios singulares de ambas ciudades.



TERCERO.- La contratación del servicio se realizará mediante tramitación ordinaria y procedimiento abierto.

FUNDAMENTOS DE DERECHO

PRIMERO.- Conforme al artículo 3.3 d) de la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público por la que se trasponen al ordenamiento jurídico español las Directivas del Parlamento Europeo y del Consejo 2014/24/ UE, de 26 de febrero de 2014 (en adelante LCSP), AUDITORIO DE TENERIFE S.A.U., tiene la calificación legal, a efectos de contratación, de poder adjudicador.

SEGUNDO.- De conformidad con el artículo 61 LCSP, la representación de las entidades del sector público en materia contractual corresponde a los órganos de contratación, unipersonales o colegiados que, en virtud de norma legal o reglamentaria o disposición estatutaria, tengan atribuida la facultad de celebrar contratos en su nombre.

El órgano de contratación, que actúa en nombre AUDITORIO DE TENERIFE, es el **Gerente de la Sociedad**, de conformidad con el acuerdo adoptado por el Consejo de Administración de la Sociedad el 29 de enero de 2016.

TERCERO.- De conformidad con lo establecido en los artículos 28 y 116 de la LCSP y el artículo 73 del Reglamento General de la Ley de Contratos de las Administraciones Públicas (en adelante RGLCAP), los expedientes de contratación se iniciaran por el órgano de contratación motivando la necesidad del contrato.

CUARTO.- El presente contrato se adjudicará mediante procedimiento abierto y tramitación ordinaria, conforme a lo dispuesto en los artículos 150 y siguientes de la LCSP, evaluándose las ofertas utilizando una pluralidad de criterios de adjudicación en base a la **MEJOR RELACIÓN CALIDAD-PRECIO**.

VISTOS la LCSP, el RGLCAP, normas concordantes de aplicación, los antecedentes de hecho concurrentes y los fundamentos de derecho de aplicación,



ACUERDO

ÚNICO.- Iniciar el expediente para la contratación del servicio consistente en un plan de marketing para la promoción de la marca Festival de Tenerife, con un plazo de ejecución de seis meses, y un presupuesto de licitación de **SESENTA MIL EUROS (60.000€)**, siendo el importe del IGIC de **CUATRO MIL DOSCIENTOS EUROS (4.200€)** el importe total, IGIC INCLUIDO, asciende a la cantidad de **SESENTA Y CUATRO MIL DOSCIENTOS EUROS (64.200€) INCLUIDO IGIC.**

En Santa Cruz de Tenerife a, 6 de junio de 2018

Daniel Cerezo Baelo
AUDITORIO DE TENERIFE


 **AUDITORIO
DE TENERIFE**