



**MEMORIA JUSTIFICATIVA PARA LA CONTRATACIÓN POR EL PROCEDIMIENTO DE EMERGENCIA DEL SERVICIO DE PLANIFICACIÓN Y COMPRA DE ESPACIOS EN DIGITAL Y EXTERIOR DE LA REGIÓN DE MURCIA Y CARTELERÍA PARA UNA SEGUNDA OLEADA DE LA CAMPAÑA DE PUBLICIDAD INSTITUCIONAL “CORONAVIRUS COVID-19”**

Con fecha 1 de abril de 2020, la Dirección General de Salud Pública y Adicciones, adscrita a la Consejería de Salud, ha solicitado la realización por el procedimiento de emergencia de una nueva oleada de la campaña publicitaria sobre prevención e información acerca del Coronavirus COVID-19.

En dicho informe se pone de relieve que la expansión de este virus hacia el resto del mundo está siendo imparable y se encuentra golpeando duramente a muchos países entre ellos el nuestro, alcanzando cifras de contagiados y fallecidos que todavía no han llegado a su pico máximo.

También se hace constar que de acuerdo al artículo cuatro, apartado b), de la Ley Orgánica 4/1981, de 1 de junio, de los Estados de Alarma, Excepción y Sitio, el Gobierno en el ejercicio de las facultades que le atribuye el artículo 116.2 de la Constitución, declaró el estado de alarma el pasado 16 de marzo en todo el territorio nacional debido a esta crisis sanitaria que se está viviendo. En este marco, las medidas encaminadas a proteger la salud y seguridad de los ciudadanos, contener la progresión de la enfermedad y reforzar el sistema de salud pública, contemplan entre otras el confinamiento de la población, el cese de la actividad en determinados sectores, etc...

Por su parte, el gobierno regional y a petición previa de la Dirección General de Salud Pública y Adicciones puso en marcha el pasado 13 de marzo mediante procedimiento de emergencia una campaña destinada comunicar a la población las medidas de prevención existentes, así como a emitir mensajes de tranquilidad apelando a la colaboración ciudadana, siempre atendiendo a criterios científicos y con el objetivo de la protección del conjunto de la población de la Región de Murcia.

Dicha campaña se preveía que tuviera una duración de un mes pero dada la idiosincrasia de este tipo de medios esto no deja de ser un dato aproximado. Así en el medio exterior se programaron vallas para ese espacio de tiempo pero en digital al contratar impresiones no se puede determinar a priori con exactitud la fecha de finalización de las mismas. Pero podemos afirmar que debido al alto consumo de internet en estos días, dichas impresiones se han agotado en un corto espacio de tiempo. A su vez, tanto prensa como radio y televisión, en base a la inversión, se programaron para unos quince días los cuales están ya cumplidos.

Por tanto, podemos decir que el plan de medios previsto en dicha campaña ya ha finalizado salvo en exterior y dada la previsión de que el pico de la pandemia no se alcance en los próximos días y que por tanto el estado de alarma continúe durante al menos un tiempo más, la Dirección General de Salud Pública y Adicciones considera necesario el ampliar esta campaña durante el plazo oportuno, si bien el mensaje deberá modificarse hacia la concienciación acerca de la importancia del confinamiento como a generar un





sentimiento de agradecimiento hacia aquellos colectivos que combaten la pandemia o los que mantienen las estructuras esenciales.

Por todo lo expuesto, se solicita de la Dirección General competente en materia de comunicación y publicidad institucional que se inicien los trámites oportunos para la contratación de la creatividad y la difusión de una segunda oleada de la campaña del Covid-19 por el procedimiento de emergencia.

Por tanto, y a la vista de la consideración por parte de la Consejería de Salud del carácter inaplazable para la realización de la manera más inmediata posible de dicha campaña es por lo que se pone en marcha la tramitación de emergencia para la contratación de la misma de acuerdo al artículo 120 de la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público, que establece que cuando la Administración tenga que actuar de manera inmediata a causa de acontecimientos catastróficos, de situaciones que supongan grave peligro o de necesidades que afecten a la defensa nacional, el órgano de contratación, sin obligación de tramitar expediente de contratación, podrá ordenar la ejecución de lo necesario para remediar el acontecimiento producido o satisfacer la necesidad sobrevenida, o contratar libremente su objeto, en todo o en parte, sin sujetarse a los requisitos formales establecidos en la presente Ley, incluso el de la existencia de crédito suficiente.

## 1. DESCRIPCIÓN DE LA CAMPAÑA

### Denominación:

Prevención e Información acerca de la pandemia del Coronavirus COVID-19

### Objetivo que se persigue:

Esta campaña publicitaria tiene como objetivo ofrecer a la población de la Región de Murcia la información necesaria acerca de la pandemia del Coronavirus COVID-19, las medidas de prevención así como cualquier otra que se considere necesaria en atención a cualesquiera otras que surjan a lo largo de su evolución.

Este objetivo se enmarca dentro de lo previsto en el artículo 2.1 apartado e) de la Ley 13/2018, de 29 de noviembre, de Comunicación y Publicidad Institucional de la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia.

### Público objetivo:

Ciudadanos residentes en la Región de Murcia.

### Duración de la campaña:

La campaña debe dar comienzo de manera inmediata y prolongarse durante al menos diez días.





### Medios y soportes requeridos:

Dado que la contratación del elevado número de soportes que conlleva la campaña requiere de una gestión minuciosa, con un carácter urgente y por tanto una elevada carga de trabajo es por lo que se ha optado por contratar separadamente la gestión de los soportes de digital, exterior y cartelería, dejando la contratación de la creatividad y los soportes de prensa, radio y televisión para otros contratos.

Para la difusión de esta campaña se utilizarán los soportes que se relacionan a continuación y que suponen intentar llegar a la máxima cobertura en todo el territorio regional al tratarse de un mix de medios que incluye el máximo número de cada uno de ellos con una audiencia contrastada:

#### DIGITAL

- Eldiario.es
- Murciadiario.com
- Murciaeconomia.com
- Murcia.com
- Infoáguilas
- El economista
- Redes sociales (Facebook, Instagram y Audience Network)

#### EXTERIOR

- 15 vallas repartidas por las principales vías de la región

#### CARTELERÍA

- 35.000 carteles en formato 50x70 papel 130 grs.

**CPV:** 79341200-7: Servicios de gestión publicitaria.

**CPA:** 73.11 Servicios de agencias de publicidad

## 2. EMPRESA ADJUDICATARIA

Se propone la contratación de la empresa **Playroom Comunicación S.L.U.** con CIF B73610776 para llevar a cabo este servicio, la cual cuenta con amplia experiencia contrastada en la realización de trabajos similares.





### 3. PRESUPUESTO MÁXIMO DE EJECUCIÓN

El presupuesto máximo previsto para esta contratación ascenderá a **12.378,30 € IVA** incluido, desglosado de la siguiente manera:

|                  |             |
|------------------|-------------|
| Base imponible:  | 10.230,00 € |
| Importe del IVA: | 2.148,30 €  |
| Importe total:   | 12.378,30 € |

El pago se realizará una vez finalizada la campaña.

### 4. IMPUTACIÓN PRESUPUESTARIA

Los gastos derivados de la presente contratación se imputarían a la partida presupuestaria 11.09.00.112B.226.02 "Publicidad y propaganda", Proyecto 36234, del presupuesto de la Dirección General de Comunicación Institucional para el año 2020.

#### LA TÉCNICO RESPONSABLE

Carmen Reverte Marín

(Documento firmado y datado electrónicamente al margen)

07/04/2020 11:29:00

REVERTE.MARIN, M CARMEN

Esta es una copia auténtica imprimible de un documento electrónico administrativo archivado por la Comunidad Autónoma de Murcia, según artículo 27.3.c) de la Ley 39/2015. Los firmantes y las fechas de firma se muestran en los recuadros. Su autenticidad puede ser contrastada accediendo a la siguiente dirección: <https://sede.carm.es/verificardocumentos> e introduciendo el código seguro de verificación (CSV) CARM-48493e87-78b2-6880-eee4-005059134e7

