Firmante: UJALDÓN BENÍTEZ, ENRIQUE 19/07/2018 12:22:13
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.
Su autenticidad puede ser contrastada accediendo a la siguiente dirección: https://sede.carm.es/verificardocumentos e introduciendo del código seguro de verificación (CSV) b215f0f0-aa03-13df-8739104914 73

***Expte 3/2018.***

# INFORME DE INSUFICIENCIA DE MEDIOS

**Este informe se emite a efectos de justificar la insuficiencia de medios, de conformidad con lo requerido por el apartado 4 letra f) del artículo 116 de la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público (en adelante LCSP):**

Desde la reorganización de la Administración Regional que tuvo lugar por Decreto del Presidente n.º 3/2017, de 4 de mayo, la Dirección General de Medios de Comunicación ha asumido, con carácter transversal, las competencias en materia de publicidad y comunicación institucional.

La realización de campañas publicitarias por esta Comunidad Autónoma es una constante que ha tenido lugar en el pasado, se realiza en el presente y seguirá produciéndose en el futuro, máxime tras la consolidación de los planes de publicidad institucional, lo que precisa de especialistas en publicidad.

Si analizamos la relación de puestos de trabajo de la Consejería de Transparencia, Participación y Portavoz y, en concreto, la de la Dirección General de Medios de Comunicación, nos encontramos con que no hay ningún especialista en publicidad. El referido departamento solo cuenta con personal especializado en periodismo y con personal de cuerpos generales (administrativos, auxiliares administrativos y un ordenanza). Pero si examinamos la relación de puestos de trabajo de toda la Administración Regional, tampoco localizamos ni un solo puesto que exija especialización, ni formación, en publicidad.

En consecuencia, la Dirección General de Medios de Comunicación no cuenta con una infraestructura de medios personales y materiales suficientes y adecuados para efectuar trabajos de planificación publicitaria, ya que éstos exigen una capacitación profesional que no existe en la plantilla de la CARM, así como disponer de herramientas de planificación y seguimiento específicas de las que actualmente también se carece.

Esta carencia de medios personales es la que ha llevado a externalizar en esta Comunidad Autónoma la contratación de expertos para, de un lado, crear campañas publicitarias y, de otro, configurar unos planes de medios capaces de asegurar el éxito de la difusión de aquellas.

Consciente esta Consejería de la insuficiencia de medios personales en este terreno y atendiendo al tenor del apartado segundo, nº 2, de las instrucciones aprobadas por el Consejo de Gobierno el 5 de abril de 2013, para la gestión de los contratos de servicios y encomiendas de gestión, que indica que *"La contratación de servicios ha de circunscribirse exclusivamente a los supuestos en que esté debidamente justificada, debiendo el objeto del contrato ser la prestación integral de un servicio, incluyendo las funciones de organización e iniciativa para garantizar el cumplimiento mismo"* y que reseña expresamente que "***Se evitará*** *como primera medida,* ***el recurso a la contratación externa para suplir la carencia de medios personales cuando se trate de hacer frente a necesidades***

***permanentes de personal relacionadas con el ejercicio de las competencias que tenga atribuidas el órgano proponente del contrato****",* se ha solicitado de la Dirección General de la Función Pública y Calidad de los Servicios la búsqueda de una solución definitiva a la falta de personal cualificado en la Dirección General de Medios de Comunicación, reclamándose en concreto la necesidad de contar con puestos de especialistas en publicidad. Como prueba de ello se adjunta la comunicación interior 135287/2018, remitida por esta Secretaría General a la Dirección General de la Función Pública y Calidad de los Servicios.

Y es que la tenencia de profesionales en este terreno evitaría la necesidad de contratar expertos que planificaran estratégicamente los medios de comunicación y demás soportes publicitarios en los que conviniera difundir las campañas de publicidad de la Administración Regional, de tal manera que si así fuera, la CARM solo tendría que comprar directamente los espacios en los medios y soportes previamente fijados por sus empleados públicos en los planes de medios por ellos elaborados.

**EL SECRETARIO GENERAL, Enrique Ujaldón Benítez**

Firmante: UJALDÓN BENÍTEZ, ENRIQUE 19/07/2018 12:22:13
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.
Su autenticidad puede ser contrastada accediendo a la siguiente dirección: https://sede.carm.es/verificardocumentos e introduciendo del código seguro de verificación (CSV) b215f0f0-aa03-13df-873910491473