



INFORME SOBRE EL VALOR ESTIMADO DEL CONTRATO

En la contratación de los servicios de creatividad y producción para la difusión de una campaña de “Promoción de hábitos saludables y Prevención de sobrepeso entre Menores” en la Comunidad de Madrid, se ha estimado un presupuesto de 24.793,30 euros.

El gasto se imputará a la posición presupuestaria G/311M/28001, de los Presupuestos Generales de la Comunidad de Madrid para el año 2018.

No existen tarifas para los servicios creativos, lo que se ha pagado en otras ocasiones revela objetividad en el cálculo del valor de los servicios que se solicitan.

Es difícil poner un precio a una idea creativa porque va unida a un factor muy importante en publicidad como es que resuelva o no la necesidad de lo que queremos comunicar. Todas las ideas son potencialmente válidas, ahora bien, es imprescindible que sea atractiva para el público objetivo al que va dirigida. En este caso, se trata de comunicar a un colectivo comprendido en la segunda mitad de la adolescencia, entre 14 y 16 años, especialmente influenciable, al que la comunicación afecta de una manera muy importante y debe ser una fuente de aprendizaje. Se trata de promocionar la alimentación saludable, el incremento del consumo de frutas y verduras, promocionar la actividad física y disminuir el tiempo de pantalla, por tanto la idea debe ser trabajada con estos condicionantes.

En contratos de similares características a los del objeto de éste, el valor estimado fue el del contrato menor, y en esa ocasión, considerando que a mayor precio mejor idea, porque el creativo se valora más, se ha estimado un mayor importe.

Una vez se dispone de la idea, que puede valer desde 0 euros hasta el infinito, es necesario invertir en ella, es decir, materializarla en las piezas creativas que se solicitan, gráfica, radio, exteriores e internet y es el creativo el que conoce la expresión que ha querido plasmar en cada uno de los formatos necesarios para



**Comunidad
de Madrid**

CONSEJERÍA DE SANIDAD

la difusión, por lo que el precio estimado de la idea va unido a la creación del producto audiovisual definitivo.

De lo anteriormente expuesto se concluye que estimar un precio por una idea creativa no es posible y, debido a ello, el cálculo se ha realizado a tanto alzado en base a contratos de similares características promovidos por la Administración.

Madrid, 16 de julio de 2018

EL JEFE DE ÁREA DE ASUNTOS
GENERALES

Gabriel Sánchez-Roldán Gómez

LA JEFE DE NEGOCIADO

Encarnación de los Mozos

VºBº

EL DELEGADO DE COMUNICACIÓN

Juan José Bote Ruíz de Gordo