



## **INFORME DE INSUFICIENCIA DE MEDIOS DEL CONTRATO DE SERVICIOS PARA LA PRODUCCIÓN, PLANIFICACIÓN, MEDIACIÓN E INSERCIÓN PARA LA DIFUSIÓN DE UNA CAMPAÑA DE PUBLICIDAD PARA CONCIENCIAR Y SENSIBILIZAR SOBRE LA IGUALDAD ENTRE MUJERES Y HOMBRES EN TODOS LOS ÁMBITOS, ESPECIALMENTE EL ACCESO AL EMPLEO, FAVORECER LA PROGRESIÓN EN LA CARRERA PROFESIONAL, LA CONCILIACIÓN DE LA VIDA LABORAL Y LA VIDA PRIVADA, Y LA PROMOCIÓN DE LA IGUALDAD SALARIAL EN LA COMUNIDAD DE MADRID, COFINANCIADO AL 50% POR EL FONDO SOCIAL EUROPEO**

El artículo 116. 4 de la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público establece que en el expediente se justificará adecuadamente el informe de insuficiencia de medios en los contratos de servicios.

El objeto central de este contrato de servicios es la difusión de una campaña institucional de publicidad con las siguientes prestaciones incluidas en el servicio objeto de licitación de este contrato encaminadas a la difusión de la campaña: la producción, planificación, mediación, inserción, asesoramiento y posterior seguimiento de la difusión, así como la elaboración de un informe de la evaluación y cierre de campaña a su finalización.

El contenido de este contrato tiene un componente de especialización, el sector de la publicidad, que llevan a cabo las agencias de medios de comunicación, que son empresas que gestionan para sus clientes la planificación y la compra de espacios publicitarios en los distintos medios de comunicación, que entre sus funciones está el asegurarse de que el mensaje publicitario llegue a la audiencia adecuada, en el lugar y momento apropiados, y al menor coste posible para el anunciante.

Tales actividades o trabajos se realizan en el sector privado de servicios, y teniendo en cuenta su especialización no se llevan a cabo en la Administración, ya que no se dispone ni de medios personales –personal especializado en el estudio de mercados publicitarios, ni en la planificación y estrategias de medios, ni en los análisis de audiencias, ni en los estudios sobre el consumo de medios-, ni tampoco de medios materiales para llevarlo a cabo, aplicaciones especializadas en marketing publicitario, en mediciones de audiencias, seguimiento y selección de medios.

Hay que tener presente también que la irrupción de la nuevas tecnologías en los medios de comunicación, en el medio internet, tiene una proyección casi inagotable, contando cada día con más aplicaciones y medios para comunicación –redes sociales, periódicos digitales, páginas webs, buscadores, blogs, portales, emaling, etc.-, que se traduce en una mayor especialización en dicho campo.

Por todos estos motivos, y con el fin de conseguir la mayor eficacia y eficiencia en el objeto de este contrato, y sobre todo en la reducción de costes, hacen imprescindible buscar la prestación de este tipo de servicios en el sector privado.

Madrid, a fecha de firma  
LA DIRECTORA GENERAL DE LA MUJER

Fdo. : Paula Gómez-Angulo Amorós



La autenticidad de este documento se puede comprobar en [www.madrid.org/csv](http://www.madrid.org/csv) mediante el siguiente código seguro de verificación: 0907945183759646481246