

MEMORIA JUSTIFICATIVA DE LA TRAMITACIÓN MEDIANTE PROCEDIMIENTO DE EMERGENCIA

TÍTULO DEL CONTRATO: SERVICIO DE DISEÑO Y ADAPTACIÓN A DIVERSOS MEDIOS *OFFLINE* Y *ONLINE* DE LA CREATIVIDAD DE LA CAMPAÑA DESTINADA A LA CONCIENCIACIÓN SOBRE MEDIDAS PREVENTIVAS FRENTE A COVID-19 EN LA COMUNIDAD DE MADRID.

En virtud del artículo 28 de la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público y el artículo 73 del Reglamento General de la Ley de Contratos de las Administraciones Públicas, aprobado mediante Real Decreto 1098/2001, de 12 de octubre, se expone a continuación la necesidad a cubrir por el objeto del contrato de encabezamiento, su naturaleza y la utilización del procedimiento de emergencia para su tramitación.

La contención de la pandemia de COVID 19 exige de los poderes públicos cumplir con su deber de «*organizar y tutelar la salud pública a través de medidas preventivas y de las prestaciones y servicios necesarios*» establecido en el segundo apartado del artículo 43 de la Constitución, para garantizar el derecho a la protección de la salud reconocido en su apartado primero.

La Dirección General de Salud Pública, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 55.1 de la Ley 12/2001, de 21 de diciembre, de Ordenación Sanitaria de la Comunidad de Madrid, en relación con los apartados d) y h) del artículo 11 del Decreto 307/2019, de 26 de noviembre, del Consejo de Gobierno, por el que se establece la estructura orgánica de la Consejería de Sanidad, es competente para adoptar las medidas preventivas necesarias para el control de las enfermedades y riesgos para la salud en situaciones de emergencia sanitaria y la elaboración e impulso de los programas de vacunación.

En el ejercicio de estas competencias, el presente instrumento tiene por objeto impulsar la contratación con carácter inmediato del servicio de creatividad de una campaña de medios destinada a concienciar a la población sobre la importancia de mantener las medidas de prevención ya consolidadas y, en su caso, implementar nuevas medidas de refuerzo, minimizando así el riesgo de contagio del COVID-19. La función de concienciación resulta especialmente importante en un contexto epidemiológico que ha permitido la relajación de las medidas coercitivas impuestas por la normativa aplicable. Para ello, las campañas de medios son la herramienta más adecuada, siempre que se adopten en el momento oportuno.

El incremento a nivel nacional de la incidencia a 14 días desde los 42 casos/100.000 habitantes hasta los 50 casos/100.000 que se ha producido durante el último mes demuestra que la transmisión del SARS CoV 2 continúa en el ámbito comunitario, con un

total de 1.878 casos positivos reportados en nuestra región en la última semana del mes de octubre. Esta transmisión puede observarse actualmente en una medida significativamente mayor en países de nuestro entorno europeo, con los que existe un intenso intercambio de personas y mercancías.

Esta transmisión comunitaria representa por sí misma un grave riesgo, que se verá potenciado con la inminente llegada de las fiestas navideñas y el invierno, dado el aumento que conllevan en la interacción social y familiar y que esta tiene lugar fundamentalmente en espacios cerrados. En este escenario, y ante la mencionada reducción de medidas coercitivas, cobra especial relevancia la concienciación de la población mediante mensajes relativos tanto a la importancia de mantener las medidas sanitarias básicas de prevención (uso de la mascarilla, mantenimiento de la distancia social, protección de los más vulnerables, aislamiento preventivo...) como la necesidad de vacunarse, y promover el cumplimiento de las recomendaciones que las autoridades sanitarias actualizan en cada caso.

La finalidad de una campaña de medios del tipo propuesto es preventiva, y persigue minimizar los daños personales y los perjuicios económicos y sociales derivados de un incremento de los contagios. Los principales objetivos para conseguirlo son:

1. Concienciar a la población general y a determinados grupos poblacionales (como jóvenes o ancianos) de la necesidad de continuar cumpliendo aquellas medidas que se han demostrado efectivas en el control de la pandemia.
2. Informar y concienciar a la población general y a determinados grupos poblacionales de eventuales nuevas medidas que deban adoptarse.
3. Incrementar la eficacia de la campaña de vacunación de acuerdo con la estrategia nacional de vacunación que, en su 9ª modificación, establece nuevos objetivos como son la aplicación de dosis de recuerdo a mayores de 70 años y residentes en centros sociosanitarios, así como la de dosis adicionales en grupos de riesgo, como inmunodeprimidos o determinados trasplantados.

Para alcanzar estos resultados resulta fundamental seleccionar los mensajes adecuados, en función del problema a abordar y del colectivo al que se dirigen, adaptándolos igualmente a las exigencias del medio de transmisión específico.

Las campañas de medios frente a Covid 19 deben efectivamente adaptarse a la situación epidemiológica de cada momento, por lo que sus características específicas (mensaje, colectivos-diana o canales a utilizar) solo pueden concretarse una vez detectada y descrita la necesidad, a través de un proceso de transmisión de necesidades y respuesta a las mismas, que constituye la creatividad de la campaña, objeto del presente contrato.

Esta naturaleza sobrevenida de la campaña y de sus concretos términos confiere a la necesidad que se trata de cubrir mediante el presente contrato el carácter imprevisible requerido por el apartado 2.3 de la *“Comunicación de la Comisión: Orientaciones de la Comisión Europea sobre el uso del marco de contratación pública en la situación de*

emergencia relacionada con la crisis del COVID-19 publicada en el Diario Oficial de la Unión Europea de 1 de abril de 2020, para justificar la tramitación de emergencia.

La anterior habilitación se interpreta en relación con el artículo 120 de la Ley de Contratos del Sector Público que reserva la tramitación de emergencia a supuestos en los que *“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 (...)”* a los que se aplicará un régimen excepcional que incluye que *“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 (...)”*. Y añade que *“el plazo de inicio de la ejecución de las prestaciones no podrá ser superior a un mes, contado desde la adopción del acuerdo previsto en la letra a). Si se excediese este plazo, la contratación de dichas prestaciones requerirá la tramitación de un procedimiento ordinario”*.

En parecidos términos, el apartado septuagésimo tercero de la ORDEN 1244/2021, de 1 de octubre, de la Consejería de Sanidad, por la que se establecen medidas para hacer frente a la crisis sanitaria ocasionada por el COVID-19 reserva la tramitación de emergencia para aquellas actuaciones que, como la solicitada en la presente memoria, tienen por objeto inmediato prevenir o remediar los daños derivados de la pandemia y cuya ejecución no admita demora.

El retraso en el inicio de la ejecución del presente servicio se traduce en una merma significativa en su eficacia y compromete los objetivos que persigue, exponiendo a un riesgo cierto a la población, lo que justifica la utilización de la vía de emergencia como la idónea entre las previstas por la legislación de contratación pública, excluyendo la tramitación mediante cualquier otro procedimiento de licitación que, incluso por la vía de urgencia prevista en el artículo 19 de la Ley de Contratos del Sector Público, no satisfaría la necesidad surgida con la suficiente celeridad.

Características del servicio

Se ha previsto una acción a través de medios *off* y *online*, que incluya:

- Campaña gráfica para soportes de prensa, publicidad exterior y marketing. Incluirá la creación del material gráfico así como:
 - Su adaptación a soportes convencionales y no convencionales
 - Adaptación para su difusión en soportes digitales, incluyendo banners estáticos, dinámicos y redes sociales.
- Campaña de radio con cuñas publicitarias. Integrada por 6 cuñas publicitarias centradas en diferentes situaciones.
- Dos espacios publicitarios para emisión en TV y soportes digitales con una duración aproximada de 30 segundos.

Los mensajes a incluir en cada uno de estos medios tendrán en cuenta las instrucciones trasladadas desde la unidad competente y serán entregados en distintos formatos que incluyan, al menos, las artes finales para los soportes mencionados, grabación de cuñas de radio, spots para televisión y soportes digitales

Propuesta

De acuerdo con todo lo anterior y conforme al apartado septuagésimo tercero de la ORDEN 1244/2021, de 1 de octubre, de la Consejería de Sanidad, por la que se establecen medidas para hacer frente a la crisis sanitaria ocasionada por el COVID-19, se propone la tramitación de emergencia a los efectos y con los requisitos previstos en el artículo 120.1 de la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público, para la contratación del servicio de creatividad de la campaña de medios dirigida a la concienciación sobre medidas preventivas frente a Covid-19 en la Comunidad de Madrid con la mercantil ZERTEM GRUPO DE COMUNICACIÓN, S.L. (NIF B86349420), sita en la C/ Infanta Mercedes, 90 – 3ºP - 28020 de Madrid. La selección de este proveedor se ha tomado, tras haber valorado tres diferentes propuestas recabadas entre empresas del sector de la publicidad y la comunicación.

Presupuesto

La base imponible del gasto asciende a 155.385,00 euros (188.015,85 euros IVA incluido) que se tramitarán con cargo a la Posición Presupuestaria G/313B/28001 “Promoción económica, cultural y educativa”, proyecto de gasto 2020/000164 “Actuaciones coronavirus” de los Presupuestos de la Administración de la Comunidad de Madrid del ejercicio 2019 prorrogados automáticamente al presente ejercicio 2021.

Plazos de inicio y régimen de pagos

El plazo de ejecución del contrato dará comienzo con la solicitud del servicio de creatividad por parte del órgano competente, que tendrá lugar antes del 12 de noviembre de 2021 y finalizará con la entrega de la totalidad del material que integra el objeto del presente contrato en el soporte indicado, en fecha anterior al día 30 de noviembre. El pago se realizará contra la presentación de la correspondiente factura y tras certificación de la conformidad librada por el órgano competente.

En Madrid, a fecha de firma

LA DIRECTORA GENERAL DE SALUD PÚBLICA

Firmado digitalmente por: ANDRADAS ARAGONES ELENA