



RESPUESTA DEL GOBIERNO

(184) PREGUNTA ESCRITA CONGRESO

| | | |
|----------------------|------------|--------------|
| 184/18611, 184/18612 | 15/07/2020 | 45572, 45573 |
| 184/18705, 184/18706 | | 45672, 45673 |
| 184/18708 | | 45675 |

AUTOR/A: CALVO LISTE, Pablo Juan (GVOX); MÉNDEZ MONASTERIO, Lourdes (GVOX); AIZCORBE TORRA, Juan José (GVOX); RUIZ SOLÁS, María de la Cabeza (GVOX); MARISCAL ZABALA, Manuel (GVOX); FIGAREDO ÁLVAREZ-SALA, José María (GVOX); RUIZ NAVARRO, Eduardo Luis (GVOX); ZAMBRANO GARCÍA-RAEZ, Carlos José (GVOX); SÁNCHEZ DEL REAL, Víctor Manuel (GVOX)

RESPUESTA:

Entre las medidas del Plan de Contingencia contra la Violencia de Género ante la crisis del COVID19, aprobado en Consejo de Ministros el pasado 17 de marzo y recogido normativamente en el Real Decreto-ley 12/2020, de medidas urgentes en materia de protección y asistencia a las víctimas de violencia de género, se encontraba la realización de una campaña institucional, con la finalidad de prevenir los impactos que el aislamiento domiciliario pudiera tener en el incremento de casos de violencia de género, facilitar el acceso de las víctimas a los servicios de asistencia social integral, así como la sensibilización de su entorno social y familiar.

El material de la campaña se encuentra disponible en el enlace:

<http://www.violenciagenero.igualdad.gob.es/sensibilizacionConcienciacion/campanas/violenciaGobierno/todoSaldrabien/home.htm>

Esta campaña de sensibilización estaba dirigida a toda la sociedad en su conjunto, especialmente a las víctimas, para recordarles que los servicios de asistencia habían sido ampliados, reforzados y funcionaban al 100% durante el periodo del estado de alarma decretado con motivo de la crisis sanitaria, y que no están solas, que la sociedad está con ellas.

Para el desarrollo de la campaña, mediante el procedimiento de emergencia, previsto en el artículo 120 de la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público, por la que se transponen al ordenamiento jurídico español las Directivas del



Parlamento Europeo y del Consejo 2014/23/UE y 2014/24/UE, de 26 de febrero de 2014, se contrató el servicio de creatividad, diseño, realización y producción de la campaña de concienciación social contra la violencia de género ante la emergencia de salud pública en relación al COVID-19 en España. Por la misma vía se tramitó la contratación del servicio de compra de espacios en medios de comunicación y otros soportes publicitarios de la campaña de concienciación social contra la violencia de género ante la emergencia de salud pública en relación al COVID-19 en España.

De conformidad con lo dispuesto en el Título III de la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público, la información sobre la adjudicación y formalización de estos contratos esta publicada en la Plataforma de Contratación del Sector Público, accesible a través del siguiente enlace:

<https://contrataciondelestado.es/wps/poc?uri=deeplink%3AperfilContratante&idBp=LCw6Za2FPJ%2BiEJrVRqloyA%3D%3D>

Asimismo, el anuncio de formalización de ambos contratos está publicado en el BOE de 20 de junio de 2020.

En relación con este servicio, se indica que la compra de medios se realiza a través de una agencia de medios y no directamente por el Ministerio. En este caso, al tratarse de una contratación de emergencia, el criterio para la selección de la agencia de medios fue el de recurrir a aquella que más puntuación había obtenido en el concurso abierto tramitado para las campañas ordinarias lanzadas por la Delegación de Gobierno contra la Violencia de Género en el año 2019.

Por otro lado, cabe señalar que la difusión de campañas institucionales en el ámbito del sector público estatal se rige por lo dispuesto en la Ley 29/2005, de 29 de diciembre, de Publicidad y Comunicación Institucional. En su artículo 8 dispone que “Los contratos vinculados a las campañas reguladas por esta Ley se adjudicarán con arreglo a su normativa aplicable, respetando estrictamente los principios de publicidad y concurrencia, y atendiendo siempre a criterios objetivos tales como el coste económico y la eficacia prevista del plan de medios”. Entre los criterios que se han tenido en cuenta están los datos que proporcionan las herramientas de medición de audiencias existentes para cada tipo de medios.

Por último, se informa que los servicios de compra de espacios en medios de comunicación y otros soportes publicitarios se rigen por el Acuerdo Marco 50/2017, relativo a la prestación de los servicios de compra de espacios en medios de comunicación y demás soportes publicitarios, para la difusión de las campañas de publicidad institucional. Toda la información sobre este acuerdo marco está disponible en la dirección:





https://contratacioncentralizada.gob.es/ficha-am/-/journal_content/XXA1X8YVROqE?_56_INSTANCE_XXA1X8YVROqE_articleId=15859&_56_INSTANCE_XXA1X8YVROqE_groupId=11614

Madrid, 21 de septiembre de 2020