



RESPUESTA DEL GOBIERNO

(684) PREGUNTA ESCRITA SENADO

684/10406

25/03/2020

18627

AUTOR/A: CORTÈS GÈS, Mirella (GPERB); PICORNELL GRENZNER, Bernat (GPERB); AUBÀ FLEIX, Miguel José (GPERB); BAILAC ARDANUY, Sara (GPERB); CAMINAL CERDÀ, Miquel (GPERB); CASTEL FORT, Laura (GPERB); CASTELLANA GAMISANS, Xavier (GPERB); SURRA SPADEA, Ana María (GPERB); ESCANDELL GRASES, Adelina (GPERB); MARTÍ DEULOFEU, Jordi (GPERB); MASIH NAHAR, Robert (GPERB); PÉREZ ESTEVE, Elisenda (GPERB); RUFÀ GRÀCIA, Josep (GPERB); BIDEGUREN GABANTXO, Idurre (GPERB); ELEJABARRIETA DÍAZ, Gorka (GPERB)

RESPUESTA:

En relación con la campaña institucional “EsteVirusloParamosUnidos”, cabe señalar que, tal y como se indica en el artículo 16 del Real Decreto-ley 7/2020, de 12 de marzo, por el que se adoptan medidas urgentes para responder al impacto económico del COVID, la adopción de cualquier tipo de medida directa o indirecta por parte de los órganos de la Administración General del Estado para hacer frente al COVID-19 justificará la necesidad de actuar de manera inmediata.

Por tanto, dado que el objetivo de la campaña está relacionado con el objeto de dicha emergencia, la misma se tramitó al amparo de lo 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.

En ese contexto de emergencia, la campaña se ha realizado sin poder retrasarse su difusión a la aprobación del Plan anual de Publicidad y Comunicación Institucional para el año 2020. No obstante, se ha puesto en conocimiento de la Comisión de Publicidad Institucional la realización de la misma.

El presupuesto para la difusión en los medios de comunicación (TV, Radio, Prensa e Internet) fue de 4.500.000 euros (IVA incluido), si bien el coste final de la difusión de campaña está en fase de facturación y se estima sea ligeramente inferior al presupuesto.



Finalmente, cabe indicar que la selección de los soportes concretos en cada medio se determina en base a criterios objetivos, tales como audiencia de los medios reflejada por fuentes o herramientas del sector o criterios ajustados a la afinidad con la población objetivo. La agencia presenta la justificación de la selección de soportes y la distribución de peso de inversión y/o presión de los mismos, conforme a dichos criterios técnicos. En la presentación de datos en base a esas fuentes externas, se especifican la oleada o período del estudio, ámbito, segmentaciones si las hubiera, y demás características técnicas incluidas en la petición de la fuente.

Madrid, 22 de mayo de 2020