

## CAMPAÑA PUBLICITARIA 2020: “CULTURA SEGURA”

Dada la ausencia de medios y/o recursos materiales, profesionales y personales suficientes por parte de Instituto Canario de Desarrollo Cultural para llevar a cabo la realización de un spot publicitario, y su consiguiente emisión en televisiones de amplia audiencia, resulta necesario contratar la prestación de ambos servicios a entidades con la debida cualificación y habilitación, sin que en ningún caso ello suponga la pérdida de control directo de la actividad por parte del ICDC y siguiendo lo dispuesto en la Recomendación 1/2013 de la Junta Consultiva de Contratación Administrativa del Gobierno de Canarias, en cuanto que la presente contratación no se realiza con la finalidad de suplir la carencia de medios personales derivada de necesidades permanentes de personal, sino más al contrario, se pretende cubrir un servicio que se deslinda de la actividad que desarrolla la entidad contratante, y que se circunscribe exclusivamente a los contratos tipificados como tales contratos de servicios en el Reglamento (CE) nº 213/2008 de la Comisión, de 28 de Noviembre de 2007.

La campaña “**Cultura Segura**” se plantea en el marco de la crisis que ha provocado el Covid 19 en el sector cultural, considerándose imprescindible un apoyo público como respuesta al esfuerzo que está realizando este sector para garantizar la seguridad de los espectadores, además de animar a la participación del público en las actividades.

Esta crisis sanitaria sin precedentes ha llevado al sector de las industrias culturales a una situación límite. Ha parado la actividad en todos los sectores, pero ha incidido aún más sobre un sector que venía recuperándose de la anterior crisis económica. Se trata de un sector que aporta a la economía canaria un total de 26.500 empleos directos e indirectos, casi el 3% del empleo total de Canarias, gracias a una actividad generada por un total de 5.065 empresas culturales y que está siendo duramente golpeado. Además, cabe reseñar que el tejido empresarial cultural canario está compuesto principalmente por microempresas y autónomos profesionales, cuya estructura se ha visto seriamente afectada por las consecuencias de la crisis derivada del Coronavirus.

El sector ha tenido que reinventar sus espectáculos en vivo y asegurar que se cumplan las medidas sanitarias en sus actividades.

Por todo ello, se encarga la elaboración de un spot publicitario que ponga de manifiesto la necesidad de seguir celebrando actividades culturales y la seguridad de las mismas. A ello se une otro encargo posterior para gestionar su emisión en televisiones de amplio alcance en Canarias, al objeto de llegar al mayor número de personas, así como en Redes Sociales.

La ejecución de la campaña ‘Cultura Segura’ se realiza en base a las siguientes líneas de actuación:

- Fecha de la campaña del 16 al 29 de noviembre de 2020
- Soportes: Tele 5 y Antena 3

El presupuesto de la emisión en ambas televisiones, gestionadas a través de las empresas KFT Televisión, y BC Publicidad, respectivamente asciende en su conjunto a nueve mil ciento un euro con cuarenta y dos céntimos (9.101,42€) más IGIC, financiado por la aportación dineraria desde el Programa “Circuito de producción Teatro y Danza”

- Realización del Spot Publicitario

La realización de este spot se encomendó a la empresa ‘Mientrastanto. Agencia de Publicidad Creativa SL’, que fue la única que presentó propuesta de las 4 a las que se solicitó ofertas por correo electrónico a través del Departamento Audiovisual de ICDC. El coste del mismo ascendió a 14.899,75 €, financiado por la aportación dineraria desde el Programa de Desarrollo Sector Audiovisual Canario.