



MINISTERIO DE IGUALDAD

SECRETARÍA DE ESTADO DE IGUALDAD Y
CONTRA LA VIOLENCIA DE GÉNERO

INSTITUTO DE LAS MUJERES

DIRECCIÓN

MEMORIA JUSTIFICATIVA DE LA NECESIDAD E IDONEIDAD DEL CONTRATO BASADO EN EL ACUERDO MARCO 50/2020 PARA LA PRESTACIÓN DE LOS SERVICIOS DE COMPRA DE ESPACIOS EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y DEMÁS SOPORTES PUBLICITARIOS PARA LA DIFUSIÓN DE LA CAMPAÑA DE PUBLICIDAD INSTITUCIONAL DENOMINADA “CAMPAÑA DE SENSIBILIZACIÓN CONTRA LOS CÁNONES Y ESTEREOTIPOS SEXISTAS DE BELLEZA”

Objeto del contrato:

La contratación de una entidad que realice los trabajos y actuaciones necesarias para desarrollar servicios de compra de espacios en medios de comunicación y demás soportes publicitarios para la materialización de la campaña de publicidad institucional denominada campaña de sensibilización contra los cánones y estereotipos sexistas de belleza.

Las prestaciones incluidas en el contrato basado, que se detallan en la cláusula 3 del Pliego de Prescripciones Técnicas que rige el Acuerdo Marco, y se desarrollan en el correspondiente documento de licitación, son las siguientes:

La estrategia y planificación de la compra de espacios, la adaptación de la creatividad, la contratación de los espacios publicitarios, el asesoramiento técnico, el seguimiento y control de las campañas, la realización de una memoria detallada a la finalización de las mismas y la puesta a disposición de la Administración de los informes técnicos de herramientas de análisis, planificación, seguimiento y resultados de campañas, así como de los recursos humanos precisos para la correcta ejecución de las prestaciones objeto de cada contrato basado.

El objeto de la campaña es concienciar a la población en general, y a las mujeres en particular, contra los estereotipos de género sustentados en la imposición de unos modelos de belleza femeninos, normativizados e irreales, que se convierten en un parámetro de valoración de las mujeres por su aspecto físico, lo que refuerza su discriminación en los diferentes ámbitos sociales y relacionales y tiene incidencia sobre la salud y la autoestima de muchas mujeres.

Justificación de la necesidad del contrato:

A lo largo de los años se han desarrollado y difundido desde el Instituto de las Mujeres, así como a través de la actividad del Observatorio de la Imagen de las Mujeres, diversas campañas, informes y estudios con el fin de sensibilizar contra los estereotipos de género y sus consecuencias para la vida de las mujeres, para favorecer su identificación y un análisis crítico, ya que refuerzan y perpetúan su discriminación en todos los espacios: personal, social, laboral, económico, de salud, educación, cuidados, etc.

Es necesario concienciar al conjunto de la sociedad, dando a conocer sus diferentes manifestaciones y sus negativos efectos, y proponiendo alternativas como forma de avanzar hacia la igualdad real de oportunidades, trato, ejercicio de la libertad, presencia y participación de las mujeres en todos los espacios, tal y como promulga la Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva de mujeres y hombres.



Entre estos estereotipos de género, los basados en cánones de belleza femenina, vinculados con aspectos como la eterna juventud, la extrema delgadez o una perfección corporal idealizada, contribuyen a la cosificación y sexualización de las mujeres y provocan graves consecuencias biopsicosociales en las mismas. Todo ello constituye una forma de violencia simbólica.

Por todo ello, se ha adjudicado con fecha 31 de marzo de 2021 la contratación del servicio para la elaboración de la propuesta creativa de la campaña y el diseño y producción de las diferentes piezas y elementos que la desarrollan, llevándose a cabo dicha actuación en cumplimiento de las finalidades del Instituto de las Mujeres expresadas en su Ley de Creación 16/1983, de 24 de octubre, y en su redacción dada por la Disposición Final Cuarta de la Ley 11/2020, de 30 de diciembre, de Presupuestos Generales del Estado para el año 2021, y que son “la promoción y el fomento de las condiciones que posibiliten la libertad, la igualdad real y efectiva entre mujeres y hombres y la participación de las mujeres en la vida política, civil, laboral, económica, social y cultural, así como la prevención y eliminación de toda clase de discriminación de las personas por razón de sexo”.

Atendiendo igualmente a lo establecido en el punto Cuatro de dicha Disposición Final Cuarta de la Ley 11/2020, de 30 de diciembre, de Presupuestos Generales del Estado para el año 2021, y su redacción de las funciones del Instituto de las Mujeres, entre las que se encuentran “Prevenir y combatir el sexismo y los estereotipos de género, en sus distintas manifestaciones y en los diferentes ámbitos de la vida, en particular en espacios públicos, internet, publicidad, medios de comunicación, ámbito laboral, sector público y en el ámbito de la justicia, la educación, el deporte y la cultura” y “Formular iniciativas y actividades de sensibilización social, información, formación y participación, así como realizar cuantas actividades sean requeridas para el logro de las finalidades expuestas, con arreglo a la normativa de aplicación.”

Por tanto se hace necesaria la contratación de una entidad que realice los trabajos y actuaciones necesarias para desarrollar servicios de compra de espacios en medios de comunicación y demás soportes publicitarios para la materialización de la campaña de publicidad institucional denominada campaña de sensibilización contra los cánones y estereotipos sexistas de belleza.

Esta contratación ha de realizarse en base al Acuerdo Marco 50/2020 para la prestación de los servicios de compra de espacios en medios de comunicación y demás soportes publicitarios para la difusión de la citada campaña de publicidad institucional.

Justificación de la elección del procedimiento:

El presente expediente de contratación se licitará como contrato basado en el Acuerdo Marco 50/2020 para la prestación de los servicios de compra de espacios en medios de comunicación y demás soportes publicitarios para la difusión de la citada campaña de publicidad institucional.

EL objeto del acuerdo marco es la prestación de los servicios de compra de espacios en medios de comunicación y demás soportes publicitarios para la materialización de las campañas de publicidad institucional. Este expediente se engloba en el LOTE 1.- Servicios de compra de espacios publicitarios de aquellas campañas que incluyan difusión en el medio de televisión.

**Presupuesto del contrato de servicio:**

El presupuesto de licitación asciende a un total de 1.157.024,79 € (UN MILLÓN CIENTO CINCUENTA Y SIETE MIL VEINTICUATRO EUROS CON STENTA Y NUEVE CÉNTOMOS DE EURO) más Impuesto sobre el Valor Añadido (IVA) de 242.975,21 € (DOSCIENTOS CUARENTA Y DOS MIL NOVECIENTOS SETENTA Y CINCO EUROS CON VEINTIUN CÉNTIMOS DE EURO), resultando un total de 1.400.000 € IVA incluido (UN MILLÓN CUATROCIENTOS MIL EUROS), con cargo a la aplicación presupuestaria 30.101.232B.640 del presupuesto de gastos del Instituto. Dicho gasto queda condicionado a la existencia de crédito adecuado y suficiente en dicho Presupuesto, para el ejercicio 2022.

Duración del contrato:

No antes del 1 de septiembre de 2022, o desde la fecha de perfección del contrato si es posterior, hasta el 12 de diciembre de 2022, o hasta la fecha de finalización de los servicios objeto del contrato, si fuera anterior,

Actividad CANOA a la que se imputará el contrato:

- Código: 200.090
- Denominación: Publicidad y Comunicación.
- Porcentaje imputado: 100%

LA DIRECTORA DEL
INSTITUTO DE LAS MUJERES