INFORME DE INSUFICIENCIA DE MEDIOS

Título: CONTRATACIÓN DE SERVICIOS DE ADAPTACION DE CREATIVIDAD, PLANIFICACIÓN Y EJECUCIÓN DE CAMPAÑAS DE PUBLICIDAD NACIONALES E INTERNACIONALES 2024-2025.

Expediente: C101-06AO-0724-0064

CPV: 79341000-6

1. INTRODUCCIÓN

El presente informe tiene como objetivo acreditar la insuficiencia de medios técnicos y humanos en la Empresa Pública para la Gestión del Turismo y del Deporte de Andalucía, S.A., (en adelante EPGTDA) para llevar a cabo la CONTRATACIÓN DE SERVICIOS DE ADAPTACION DE CREATIVIDAD, PLANIFICACIÓN Y EJECUCIÓN DE CAMPAÑAS DE PUBLICIDAD NACIONALES E INTERNACIONALES 2024-2025, que incluye una campaña de comunicación y marketing para la difusión del destino Andalucía en España y Europa.

2. ANÁLISIS DE LOS MEDIOS TÉCNICOS Y HUMANOS DISPONIBLES

Para determinar la capacidad de la EPGTDA en la gestión del servicio, se ha realizado un análisis detallado de los recursos disponibles en términos de personal, equipamiento y tecnología.

2.1 RECURSOS HUMANOS

El personal actual de EPGTDA no cuenta con la especialización, ni con la experiencia necesaria en las siguientes áreas:

- Planificación y Gestión de campañas de comunicación: Este proceso incluye la coordinación con los diferentes medios de comunicación (prensa, radio, TV y medios digitales) para la difusión del destino Andalucía.

- Compra de medios para el desarrollo de la campaña. La acción requiere de personal especializado compra de medios en mercado nacional y europeo.

- Rediseño y adaptación de la creatividad para la campaña. Preparación del material creativo necesario y otros ajustes técnicos para dar cabida a todos los formatos solicitados por los medios y que requiere experiencia y habilidades especializadas que el personal de la empresa pública no dispone.

2.2. RECURSOS TÉCNICOS

2.2 RECURSOS TÉCNICOS

La EPGTDA no dispone de los siguientes equipos necesarios para realizar los trabajos objetos del procedimiento:

- Programas informáticos / plataformas de gestión de audiencias personalizados para la reserva y compra de medios, así como para el seguimiento de la campaña en términos de ROI.

3. COSTOS Y VIABILIDAD

La inversión en los recursos mencionados, junto con la capacitación necesaria del personal, representa un costo significativo que no resulta viable para la EPGTDA.

4. CONCLUSIÓN

En virtud del análisis presentado, se concluye que la EPGTDA no dispone de los medios técnicos y humanos necesarios para la CONTRATACIÓN DE SERVICIOS DE ADAPTACION DE CREATIVIDAD, PLANIFICACIÓN Y EJECUCIÓN DE CAMPAÑAS DE PUBLICIDAD NACIONALES E INTERNACIONALES 2024-2025

Por lo tanto, se justifica la necesidad de licitar este servicio a través de un proceso de contratación pública para garantizar la eficiencia, calidad y economía en el desarrollo y consecución de los objetivos marcados.

En Málaga, a 18 de julio de 2024

Director Responsable PAIF

Chief Brand Officer