

MEMORIA JUSTIFICATIVA PARA EL CONTRATO DE SERVICIO DE ELABORACIÓN Y GESTIÓN DE LA ESTRATEGIA DE REDES SOCIALES DE LA CONSEJERÍA DE UNIVERSIDAD, INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN.

N.º Expte: CONTR 2024 201620

Título: SERVICIO DE ELABORACIÓN Y GESTIÓN DE LA ESTRATEGIA DE REDES SOCIALES DE LA CONSEJERÍA DE UNIVERSIDAD, INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN.

Objeto: Servicio de elaboración de una estrategia, la administración y gestión de las redes sociales.

CPV: 92400000-5- Servicios de agencia de noticias
92312211-3 - Servicios de agencia de redacción
72222300-0 - Servicios de tecnología de la información
79341100-7 - Servicios de consultoría en publicidad

Tipo: Contrato de servicios.

1

1. PROPUESTA DE LA CONTRATACIÓN:

Servicio proponente: Jefe del Gabinete del Consejero.

Competencias: apoyo y asistencia inmediata a la persona titular de la Consejería en el ejercicio de sus funciones y prerrogativas, conforme a lo establecido en el artículo 2.5 del Decreto 158/2022, de 9 de agosto, por el que se regula la estructura orgánica de la Consejería de Universidad, Investigación e Innovación.

2. NECESIDAD DE CONTRATACIÓN

La comunicación es una herramienta fundamental del sistema democrático, siendo, por tanto, un elemento clave para las administraciones públicas. Además, la sociedad cada vez demanda más transparencia por parte de las administraciones en sus actuaciones.

Teniendo en cuenta que la obligación de cualquier administración es la de ofrecer información de servicio público a la ciudadanía, las redes sociales son una potente manera de llevar a cabo una comunicación corporativa.

Calle Johannes Kepler, nº 1
41092 – Sevilla



CARLOS MORENO RUIZ		19/09/2024 11:07:38	PÁGINA: 1 / 6
VERIFICACIÓN	NJyGw4DD91hHof60XQA3fAKJ18EMM2	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



Es por ello por lo que los organismos públicos, al igual que lo hacen las empresas privadas, deben llevar a cabo estrategias de comunicación con el fin de mejorar las relaciones institucionales entre diferentes organizaciones, pero también con el público, convirtiéndose en fundamental para desarrollar tanto la transparencia de las administraciones como la participación y colaboración de la ciudadanía.

El modelo de comunicación ha cambiado, no sólo para las Administraciones públicas sino también para toda la sociedad. Tradicionalmente, las Administraciones públicas tenían información que enviaban a los medios de comunicación (prensa, radio y televisión) y eran los que la hacían llegar a los ciudadanos.

Este aspecto ha ido evolucionando y ampliándose, pudiendo la administración comunicarse sin intermediarios a través de los nuevos canales de comunicación, lo que obliga a mejorar la comunicación directa con la ciudadanía.

Además, las Administraciones públicas deben cuidar aspectos tan importantes para la comunicación como la imagen de marca, ya que entre otras cuestiones ayudan a aumentar la confianza de los ciudadanos al enviar un mensaje unitario, potente y mantenido en el tiempo.

Por todo ello, la Consejería de Universidad, Investigación e Innovación tiene la necesidad de llevar a cabo la gestión de sus propias redes sociales que mejoren la comunicación y la imagen de la misma para la ciudadanía.

Actualmente, este servicio, dado que la Consejería no cuenta con los suficientes recursos humanos ni materiales para la realización de los trabajos objeto de la contratación, se está haciendo ejecución con medios externos, mediante una contratación menor de adjudicación directa.

2

No obstante, dado que es una necesidad recurrente de la Consejería y con el objeto de facilitar la libre concurrencia, se considera oportuno su licitación como un procedimiento abierto.

3. OBJETO DEL CONTRATO

El presente contrato tiene por objeto la prestación de un servicio de elaboración de una estrategia y de la administración y gestión de las redes sociales, con el fin de optimizar la presencia social, mejorar el posicionamiento y aumentar la visibilidad de la Consejería de Universidades, Investigación e Innovación en dichas redes.

Se pretende también generar consistencia en la comunicación, puesto que una imagen sólida y coherente de la gestión de las competencias de la Consejería reforzará los valores y la misión compartida de las universidades, así como facilitará la promoción de la excelencia académica, la investigación y la innovación en Andalucía.

Además, se ha creado una marca única para las universidades públicas de Andalucía, que proporciona una serie de ventajas que van desde la simplificación y la mejora de la comunicación hasta el fortalecimiento de la reputación académica y de la identidad regional.

En este sentido, la estrategia comunicación de la misma sería un paso importante para consolidar el sistema de educación superior de Andalucía y promoverlo, siempre con beneficios reputacionales para Andalucía y facilitando la identificación de nuestras universidades como un elemento más de la denominada Marca Andalucía.

En definitiva, con este contrato se pretende acercar a los distintos segmentos destinatarios de la información las diferentes actuaciones que sean de interés desarrolladas desde la CUII, para que se hagan eco de la información y la trasladen a través de sus propios canales, amplificando el mensaje y alcanzando una mayor audiencia.

CARLOS MORENO RUIZ		19/09/2024 11:07:38	PÁGINA: 2 / 6
VERIFICACIÓN	NJyGw4DD91hHof60XQA3fAKJ18EMM2	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



4. INSUFICIENCIA DE MEDIOS

La Consejería no cuenta con los suficientes recursos humanos ni materiales para la realización de los trabajos objeto de la contratación, por lo que se hace necesaria su ejecución con medios externos.

La RPT no contempla la existencia de personal de oficios o técnicos capaces de desempeñar las tareas objeto de esta contratación. En cualquier caso, es necesaria, además, una cualificación profesional especializada, dado el carácter extremadamente específico de las tareas a abordar.

5. JUSTIFICACIÓN DEL PRESUPUESTO DE LICITACIÓN

El presupuesto base de licitación se ha determinado a tanto alzado sobre la base de los precios que ofrece el mercado, estableciendo inicialmente el equipo de trabajo necesario por parte de la persona adjudicataria y el número de horas de dedicación para la prestación del servicio.

Se ha establecido que, para llevar a cabo los trabajos solicitados sería necesario, se requiere de un equipo formado por, al menos, los siguientes perfiles:

- Perfil 1: Community Manager.
- Perfil 2: Oficial/a cualificado/a de preimpresión técnica.

Para calcular el coste laboral de estos perfiles se ha consultado:

- Para el Perfil 1: Resolución de 2 de agosto de 2022, de la Dirección General de Trabajo, por la que se registra y publica el Acta sobre revisión y tablas salariales para los años 2022 a 2025 del Convenio colectivo estatal para las empresas de publicidad. (BOE» núm. 192, de 11 de agosto de 2022).
- Para el Perfil 2: Resolución de 21 de septiembre de 2023, de la Dirección General de Trabajo, por la que se registra y publica el Convenio colectivo estatal de artes gráficas, manipulados de papel, manipulados de cartón, editoriales e industrias auxiliares 2023-2025. (BOE núm. 245, de 13 de octubre de 2023).

Para ambos perfiles, se ha calculado una dedicación media anual de unas 770 horas para llevar a cabo los servicios previstos. Además, en ambos casos, se han previsto 50 horas adicionales, extras, para realizar actuaciones imprevistas.

Además, se incorpora como gastos los establecidos en el artículo 101.2 de la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, Contratos del Sector Público, en el que se indica que “en cuanto al valor estimado del contrato en su cálculo deberán tenerse en cuenta, como mínimo, además de los costes derivados de la aplicación de las normativas laborales vigentes, otros costes que se deriven de la ejecución material de los servicios, los gastos generales de estructura y el beneficio industrial”.

En este sentido, se aplica lo establecido en el artículo 131 del Reglamento General de la Ley de Contratos de las Administraciones Públicas, determinándose, por tanto, un 13% para gastos generales y 6% para beneficio industrial.

El método de cálculo y el sistema de determinación de precio se recoge, de manera pormenorizada en el apartado 2 del Anexo I del pliego de Cláusulas Administrativas Particulares del presente contrato.

CARLOS MORENO RUIZ		19/09/2024 11:07:38	PÁGINA: 3 / 6
VERIFICACIÓN	NJyGw4DD91hHof60XQA3fAKJ18EMM2	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



6. JUSTIFICACIÓN DEL PROCEDIMIENTO DE LICITACIÓN ELEGIDO

El procedimiento de contratación del servicio de elaboración de una estrategia y de la administración y gestión de las redes sociales, con el fin de optimizar la presencia social, y dada la naturaleza del contrato y de la cuantía, es el procedimiento abierto, lo que permitiría la mayor concurrencia y ofertas, por darse en él la aplicación de los principios de la contratación pública, al amparo de lo preceptuado en la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público.

En la tramitación del contrato se ha optado por la no división en lotes diferenciados, dado que la prestación incluida en el objeto del contrato responde a una única función, lo que dificulta realizar la división en lotes, tal y como permite el artículo 99.3 de la Ley 9/2017 de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público.

Por un lado, con el objeto de ofrecer información de servicio público a la ciudadanía, con el servicio se propone llevar a cabo una comunicación corporativa a través de las redes sociales, sin olvidar que, además, éste aporta transparencia y fomenta la participación de la ciudadanía.

Esto implica una creación de una personalidad digital de la consejería en las redes y la gestión de la misma, lo que conlleva, a la vez, la generación de contenidos que pueden ofrecerse a los ciudadanos. Contenidos que no son únicamente una mera información estática, sino que puede comprender también respuestas a preguntas basadas o relativas a dichos contenidos en forma de aclaraciones, propuestas, etc. Esta labor de ofrecer contenidos es parte de la personalidad colaborativa, ya que, de lo contrario, más que una personalidad digital sería una mera labor publicitaria. Por ello, ambas labores están íntimamente ligadas y, por tanto, deben abordarse como dos caras de la misma moneda, lo que supone que se desarrollan de forma sinérgica, lo que hace indispensable que se realice por una sola persona contratista sin división en lotes.

Además, dado que la prestación consiste en la gestión de las redes sociales, la realización independiente de las diversas redes sociales dificultaría la correcta ejecución del mismo desde el punto de vista operativo.

Por el contrario, la integración de todas las que forman parte del mismo facilita el aprovechamiento de cada recurso necesario para la prestación del servicio, así como que la coordinación en la ejecución de las prestaciones se garantiza de una manera más adecuada, al contar con un único interlocutor, optimizando la respuesta ante los requerimientos de reuniones, informes, unificación de publicaciones, etc.

7. JUSTIFICACIÓN DE LA SOLVENCIA ECONÓMICA Y FINANCIERA Y SOLVENCIA TÉCNICA O PROFESIONAL

Para la justificación de la solvencia económica y financiera de las personas licitadoras, se exigen variables que permitan conocer la situación financiera y el grado de fortaleza en la estructura, mediante la magnitud y la composición del capital social de las personas adjudicatarias, como motivo indicativo que permite presumir una suficiencia razonable en la capacidad de la persona adjudicataria para hacer frente a las obligaciones económicas y financieras que derivarán de la adjudicación del presente contrato. El umbral establecido, es conforme con el previsto en el artículo 87.1.a) y 87.1.c) de la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público.

En cuanto a la solvencia técnica o profesional, dada la naturaleza específica y técnica del contrato, se considera fundamental que las empresas licitadoras acrediten su capacidad profesional mediante la demostración de tener integrado en su estructura un equipo técnico con la experiencia suficiente para afrontar la ejecución

CARLOS MORENO RUIZ		19/09/2024 11:07:38	PÁGINA: 4 / 6
VERIFICACIÓN	NJyGw4DD91hHof60XQA3fAKJ18EMM2	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



del contrato, requisitos técnicos que son también exigibles como compromiso de dedicación de medios personales suficientes para dicha ejecución, tal y como se recoge en el apartado 4.D del PCAP.

Desde la experiencia en la materia, se considera necesario y suficiente dos perfiles profesionales, un Director/a del equipo/Responsable técnico/a del contrato/ Community Manager, con más de tres años de experiencia en comunicación institucional y en la gestión de proyectos de marketing digital en trabajos similares y que posea título universitario oficial de Grado en el ámbito del conocimiento de las ciencias de la información y comunicación, de acuerdo con la normativa vigente, o Licenciatura en ciencias de la información, y Oficial/a cualificado/a de preimpresión técnica, con al menos tres años de experiencia demostrada en las tareas y funciones correspondientes.

Adicionalmente, como medio de solvencia, se han elegido unos requisitos acordes con el objeto del servicio, como son la experiencia de la empresa en contratos similares, de acuerdo con la Ley de Contratos de las Administraciones Públicas.

8. JUSTIFICACIÓN DE LOS CRITERIOS DE ADJUDICACIÓN

En los pliegos que acompañan a la tramitación de este contrato se lleva a cabo la concreción de las labores que son objeto del contrato y a realizar por la persona adjudicataria, así como los medios humanos y materiales necesarios para dicha ejecución, por lo que se considera oportuno que, una vez cumplido los requisitos establecidos, se cree conveniente que no sea el único criterio de adjudicación el de la oferta económicamente más ventajosa, sino que se tendrán en cuentas otros criterios de tipo técnico-profesional.

5

La capacidad en la gestión de las redes sociales de la Consejería, con el objetivo de mejorar la comunicación con la ciudadanía, es un aspecto muy importante para valorar en las entidades licitadoras, dado que su labor tendrá efectos, positiva o negativamente, en la imagen de marca frente a los ciudadanos, afectando ello a la confianza que puedan tener en la gestión de la Consejería. Dicha capacidad se puede establecer mediante la experiencia acreditada del equipo profesional que va a ejecutar el contrato, por encima de mínima exigida para aceptar cualquier oferta presentada y recogidas en los pliegos, así como la experiencia de las empresas licitadoras en contratos similares con la administración.

Además, para la gestión de las redes sociales es fundamental realizar una buena planificación del servicio, por lo que se ha considerado ponderar como criterios el diseño de la estrategia de comunicación y una propuesta de enfoque de segmentación en redes sociales.

Dado que la Consejería de Universidad, Investigación e Innovación no dispone del personal funcionario experto en materia de este contrato, y los criterios de juicio de valor son superiores al 50%, se ha considerado necesario proponer, en el apartado 8.E del Anexo I del PCAP, el nombramiento de un comité de personas expertas, el cual será designado, cuando proceda, junto con la resolución de designación de la mesa de contratación.

9. JUSTIFICACIÓN DE LAS CONDICIONES ESPECIALES DE EJECUCIÓN DEL CONTRATO

De conformidad con el artículo 202 de la Ley 9/2017, de 8 de noviembre de Contratos del Sector Público, se establece una condición especial relativas a la igualdad de género y protección de datos.

Al amparo de la Ley 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva de mujeres y hombres, y de la Ley 12/2007, de 26 de noviembre, para la promoción de la igualdad de género en Andalucía, se establece como condición especial de ejecución del contrato que la empresa contratista garantice el uso no sexista del

CARLOS MORENO RUIZ		19/09/2024 11:07:38	PÁGINA: 5 / 6
VERIFICACIÓN	NJyGw4DD91hHof60XQA3fAKJ18EMM2	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



lenguaje en la totalidad de las publicaciones e interacciones en redes sociales que constituyen el objeto de esta contratación.

Los poderes públicos tienen el deber de utilizar de forma eficiente sus fondos públicos y, a la misma vez, considerarse un medio al servicio de objetivos sociales prioritarios, como una valiosa herramienta al servicio de bienes superiores, en el que se tenga en cuenta no únicamente en qué se gasta, sino en cómo se lleva a cabo.

Es por ello por lo que siendo la igualdad efectiva entre hombre y mujeres un objetivo de la administración, la inclusión de una cláusula vinculada a la perspectiva de género se considere elemento fundamental que conllevará a una mejor ejecución del contrato.

10. PLAZO GARANTÍA

Dada la naturaleza del contrato, consistente en la prestación de un servicio cuyos efectos finalizan con la finalización del plazo de ejecución del contrato, se ha considerado no establecer un plazo de garantía en el mismo, conforme a lo que se establece en el artículo 210.2 de la Ley de Contratos del Sector Público.

EL JEFE DEL GABINETE DEL CONSEJERO

6

CARLOS MORENO RUIZ		19/09/2024 11:07:38	PÁGINA: 6 / 6
VERIFICACIÓN	NJyGw4DD91hHof60XQA3fAKJ18EMM2	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	