

MEMORIA JUSTIFICATIVA SOBRE LA CONTRATACIÓN DE LOS SERVICIOS CONSISTENTES EN LA IMPLEMENTACIÓN Y DINAMIZACIÓN DE UNA ESTRATEGIA SOCIAL MEDIA ADAPTADA A LAS NECESIDADES DEL INSTITUTO ANDALUZ DE PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES. EXPEDIENTE Nº: SA/CSS.2024.121 – CONTR 2024 1031111.

1. DATOS GENERALES.

1. 1. ANTECEDENTES.

El Instituto Andaluz de Prevención de Riesgos Laborales (en adelante IAPRL) es creado en virtud de la Ley 10/2006, de 26 de diciembre, del Instituto Andaluz de Prevención de Riesgos Laborales, como agencia administrativa de la Junta de Andalucía, cuyos fines generales son el fomento de la cultura preventiva en Andalucía, el análisis y estudio de las condiciones de seguridad y salud laborales, así como la promoción y apoyo de la mejora de las mismas, con especial atención a las pequeñas y medianas empresas, a los trabajadores autónomos y a los sectores de mayor riesgo.

El IAPRL se configura pues como elemento fundamental para crear una cultura preventiva en la sociedad.

Como órgano científico-técnico, está orientado a explorar y desarrollar nuevas formas de prevenir la siniestralidad laboral y mejorar las condiciones de trabajo, a través de la gestión del conocimiento orientado fundamentalmente hacia aquellos aspectos hasta ahora no suficientemente desarrollados como la investigación, análisis y diagnóstico de aquellos riesgos emergentes, consecuencia de nuevos modelos productivos y organizativos derivados de una sociedad en permanente mutación.

Por tanto, los fines y competencias del IAPRL se estructuran en tres ejes estratégicos:

- Investigación Científica
- Transferencia Del Conocimiento
- Sensibilización Social

El tercer eje estratégico de actuación del Instituto se refiere a la realización de una tarea sostenida de sensibilización de la población activa y de toda la ciudadanía andaluza en general. El IAPRL en su labor de promoción de la cultura preventiva es consciente que la mejora de las condiciones de trabajo ha de trascender el ámbito empresarial. La seguridad y la salud laborales conciernen a toda la sociedad, por lo que concienciar y sensibilizar a toda la sociedad, a cada individuo, contribuye de forma crucial a mejorar la salud laboral de todos, y posibilitará que cada persona se convierta en un motor del cambio hacia una Andalucía con más bienestar y salud en el entorno laboral.

Al objeto de dar respuesta a las referidas necesidades, y con el objetivo último de contribuir a la mejora de las condiciones de trabajo y sensibilizar sobre cultura preventiva a las empresas, técnicos de prevención, personas trabajadoras, universidades y en general a toda la sociedad andaluza, el IAPRL precisa disponer de un plan de marketing digital adaptado a su estrategia de comunicación, que comprenda (junto a la información disponible en el sitio web del Instituto que da soporte a la información en prevención de riesgos laborales y cultura preventiva), un conjunto de acciones online que permitan alcanzar los objetivos planteados de mantener y mejorar la reputación digital del IAPRL.



ISRAEL MARIN HIDALGO		30/01/2025 12:09:49	PÁGINA: 1 / 7
VERIFICACIÓN	NJyGw2YkvB4DN54j7DwW3F4rT5IDO4	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



1.2. OBJETO DEL CONTRATO.

El objeto del proyecto es la prestación de servicios de consultoría técnica especializada social media y con experiencia en proyectos relacionados con la cultura preventiva y en prevención y salud para la implementación y dinamización de una estrategia social media adaptada a las necesidades del IAPRL.

El objetivo es el de incrementar el grado de notoriedad y el reconocimiento partiendo de la siguiente premisa: Es labor del IAPRL contribuir a la difusión de la información sobre condiciones de trabajo y cultura preventiva al tejido productivo y, de este modo, fomentar, difundir y enriquecer la cultura preventiva.

Esta es la idea básica sobre la que se articulan los objetivos de comunicación para:

- Aumentar la visibilidad de la marca IAPRL.
- Generar e incrementar el grado de conocimiento sobre el IAPRL.
- Favorecer sinergias con organismos y organizaciones,
- Potenciar las alianzas con la comunidad de prevención de riesgos laborales y la acción investigadora en el marco de la agenda 2030.

1.3. CÓDIGO CPV.

79341200-8 Servicios de gestión publicitaria.

72590000-7 Servicios profesionales relacionados con la informática

72315000-6 Servicios de gestión de redes de datos y servicios de apoyo

79413000-2 Servicios de consultoría en gestión de marketing.

1.4. JUSTIFICACIÓN DEL PROCEDIMIENTO DE CONTRATACIÓN.

Procedimiento abierto simplificado. En el presente caso se ha elegido el procedimiento abierto simplificado, al tratarse de uno de los procedimientos que ordinariamente deben utilizarse para la adjudicación de los contratos administrativos, con arreglo a lo prescrito en el artículo 159 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 adelante LCSP), y considerarse el procedimiento más adecuado para su adjudicación, dadas las características e importe del contrato.

1.5. JUSTIFICACIÓN DE LA NECESIDAD DE LA CONTRATACIÓN E INSUFICIENCIA DE MEDIOS.

Para el cumplimiento de sus fines el IAPRL precisa realizar acciones de información y asesoramiento en materia de prevención de riesgos laborales y divulgación de recomendaciones de carácter técnico (artículo 3.2.g) y k) de la Ley 10/2006, de 26 de diciembre), para lo que la agencia administrativa necesita de una serie de elementos a utilizar en su gestión diaria, en sus proyectos y en sus relaciones con terceros, tales como una política de comunicación digital. Resulta imprescindible mantener actualizados los diversos perfiles en redes sociales asociados a la institución y que dan cobertura informativa de las actividades, eventos y transferencia de la investigación que organiza y realiza esta agencia, así como la creación de aquellos nuevos perfiles que fueran necesarios como consecuencia de la actividad generada, no disponiendo el IAPRL de medios propios para su ejecución.

ISRAEL MARIN HIDALGO		30/01/2025 12:09:49	PÁGINA: 2 / 7
VERIFICACIÓN	NJyGw2YkvB4DN54j7DwW3F4rT5IDO4	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



De hecho, la comunicación, a través de los diferentes canales que actualmente brindan las nuevas tecnologías juega un papel determinante en la consecución de los tres ejes estratégicos de la actividad del Instituto: la Investigación científica, la transferencia de conocimiento al tejido productivo y la sensibilización social.

Ya sea para la difusión de los resultados obtenidos en las encuestas, estudios o análisis científicos realizados como parte del eje 1; en la transmisión de las buenas prácticas, los talleres o jornadas formativas dirigidos al sector empresarial, dentro del eje 2; o en la divulgación y promoción de la cultura preventiva entre el conjunto de la población, que persigue el eje 3. Por lo que la prestación de servicios de asistencia técnica especializada para la realización del plan de comunicación digital del IAPRL, responde de manera clara, directa y proporcional con las necesidades de esta agencia.

Así, de conformidad con el artículo 116.4.f) de la LCSP, se hace constar, que el IAPRL, carece de medios personales adecuados para la “IMPLEMENTACIÓN Y DINAMIZACIÓN DE UNA ESTRATEGIA SOCIAL MEDIA”, ya que la mencionada contratación requiere de cualificación profesional en social media, de la que carece el personal funcionario de esta Agencia, por lo que no resultaría abordable por parte de este Instituto, al no disponer de recursos humanos con el perfil técnico requerido para cubrir las necesidades que se tratan de satisfacer a través de la presente contratación.

En cuanto a la justificación de la ausencia de fraccionamiento del objeto del contrato, señalar que no se han separado las prestaciones que forman parte de la “unidad funcional” del objeto del contrato con el fin de eludir las normas en materia de contratación. Las prestaciones que se pretenden contratar tienen una función técnica individualizada que satisface, por sí misma, las necesidades administrativas descritas, sin que exista fraccionamiento del contrato, con el fin de eludir las normas en materia de contratación.

Así, de conformidad con el art. 99.3.b) de la LCSP, no se divide en lotes el contrato por motivos técnicos, como son tanto el riesgo de duplicación de temáticas y sectores de la difusión en redes sociales, como la dificultad de coordinar en cada una de ellas las actividades de recogida de información, la preparación para la difusión, y su difusión en formatos de redes sociales.

1.6. CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS.

El servicio de comunicación digital engloba, conforme a la memoria técnica aceptada las siguientes actuaciones:

- Diseño, despliegue y monitorización de una estrategia Social Media, vinculada a los objetivos del IAPRL. Monitorización activa, diseño de acciones específicas, respuestas, plan de contingencia, análisis de alcance, interacción y temáticas, detección de “influencers” y respuesta de menciones, estrategia de contenidos, etc.
- Gestión de contenidos de los perfiles del IAPRL en redes sociales, que contribuyan al posicionamiento de las mismas. A través de la gestión de contenidos conseguiríamos que sea un servicio público más activo, útil, accesible y cercano a los usuarios. En este sentido, aspiramos a conseguir tener unas redes sociales activas que funcionen como un reflejo de toda la actividad del Instituto y que enlacen con la web del IAPRL.

ISRAEL MARIN HIDALGO		30/01/2025 12:09:49	PÁGINA: 3 / 7
VERIFICACIÓN	NJyGw2YkvB4DN54j7DwW3F4rT5IDO4	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



<https://www.facebook.com/iaprlandalucia>
<https://www.instagram.com/iaprlandalucia/>
<https://www.linkedin.com/company/iaprl>
<https://twitter.com/IAPRL>
<https://www.youtube.com/user/iandprlweb>
<https://www.tiktok.com/@iaprlandalucia>

- Calendarización de contenidos y cronograma de publicaciones. Diseño de posteos y actualización de estos. Redacción de textos para cada uno de los perfiles, dotándolos de personalidad y estilo propios promoviendo la generación de comunidad y la aportación de contenido de valor, primando en todo momento el formato audiovisual.
- Servicio de gestión de analítica y monitorización de los perfiles sociales a través de diversas herramientas (Hootsuite PRO, Audiense, Crowdfire, Google Trends, Keyword Planner, Keyword Tool, Google Alert, etc).
- Publicación de contenidos y dinamización de los perfiles en redes sociales. Supervisión de menciones y noticias de otros stakeholders.
- Diseño y creación de contenidos e inserción de imágenes y gráficos adecuados para cada red social.
- Producción de contenidos propios con la información y documentación facilitada por el IAPRL. Generación de piezas informativas multimedia adaptadas a cada red social o canal online utilizando gráficas, infografías, micro-videos (1-2 minutos), videos (3-5 minutos), ilustraciones animadas, etc... Se valorará el número de piezas informativas, diferentes propuestas y la variedad de formatos.
- Localización de perfiles influyentes en materia de cultura preventiva y prevención de riesgos laborales. Seguimiento de las menciones y noticias de grupos de interés para el IAPRL.
- Elaboración de informes mensuales sobre el estado de la comunicación online del IAPRL.
- Asesoramiento para la toma de decisiones, mediante una Oficina Técnica de Comunicación Online con un responsable de coordinación y tres áreas de trabajo coordinadas entre sí: Social Media, redacción y diseño y creatividad. Propuesta mensual de piezas y mensajes para previa validación por el IAPRL.
- Asesoramiento en la gestión de crisis de imagen, así como para la prevención de posibles ataques de haters, hackers o suplantación de identidad.
- Puesta en marcha: Creación y diseño, en su caso, de perfiles en redes sociales adaptándose a la imagen institucional. Configuración de notificaciones y categorías de las distintas páginas.
- Dinamización online de todos los eventos organizados por el IAPRL y dinamización presencial de los eventos designados por el IAPRL (Encuentros, jornadas), utilizando para ello todas las herramientas social-media de impacto en la consecución de los objetivos de comunicación.

Asimismo, todos los trabajos del presente expediente de contratación se harán con total adecuación a lo establecido en:

- La Ley 6/2005, de 8 de abril, Reguladora de la Actividad Publicitaria de las Administraciones Públicas de Andalucía.
- El Manual de Identidad Corporativa de la Junta de Andalucía.
- Manual de diseño de la línea creativa para publicaciones divulgativas del IAPRL.

ISRAEL MARIN HIDALGO		30/01/2025 12:09:49	PÁGINA: 4 / 7
VERIFICACIÓN	NJyGw2YkvB4DN54j7DwW3F4rT5IDO4	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



- Los artículos 57 y 58 de la Ley 12/2007, de 26 de noviembre, para la promoción de la igualdad de género en Andalucía, con respecto a la utilización de un uso no sexista del lenguaje y la transmisión de una imagen de igualdad entre hombres y mujeres, libre de estereotipos sexistas.
- El artículo 16 de la Ley 11/2011, de 5 de diciembre, por la que se regula el uso de la lengua de signos española y los medios de apoyo a la comunicación oral de las personas sordas, con discapacidad auditiva y con sordoceguera en Andalucía.
- El artículo 5 del Decreto 461/2004, de 27 de julio, sobre la coordinación de la comunicación y de la identidad corporativa en las páginas y sitios web de la Administración de la Junta de Andalucía (Disposición añadida por el párrafo Cuarto del artículo 4 del Decreto 149/2007, de 15 de mayo).
- Decreto 622/2019, de 27 de diciembre, de administración electrónica, simplificación de procedimientos y racionalización organizativa de la Junta de Andalucía.
- Real Decreto 1112/2018, de 7 de septiembre, sobre accesibilidad de los sitios web y aplicaciones para dispositivos móviles del sector público.

2. PRESUPUESTO DEL CONTRATO.

2.1. DURACIÓN DEL CONTRATO.

El plazo de ejecución será de 24 meses a contar a contar desde el día siguiente a la firma del contrato, pudiendo prorrogarse hasta un máximo de 2 veces en los términos establecidos en el artículo 29 de la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público, por periodos de 12 meses.

2.2. PRESUPUESTO BASE DE LICITACIÓN Y VALOR ESTIMADO.

El precio se determinará mediante TANTO ALZADO (art 102.4 LCSP).

De acuerdo con lo establecido en el artículo 100 de la LCSP, se entiende por presupuesto base de licitación el límite máximo de gasto que en virtud del contrato puede comprometer el órgano de contratación, incluido el Impuesto sobre el Valor Añadido, salvo disposición en contrario.

En el momento de elaborarlo, los órganos de contratación cuidarán de que el presupuesto base de licitación sea adecuado a los precios del mercado. A tal efecto, el presupuesto base de licitación se desglosará indicando en el pliego de cláusulas administrativas particulares o documento regulador de la licitación los costes directos e indirectos y otros eventuales gastos calculados para su determinación. En los contratos en que el coste de los salarios de las personas empleadas para su ejecución formen parte del precio total del contrato, el presupuesto base de licitación indicará de forma desglosada y con desagregación de género y categoría profesional los costes salariales estimados a partir del convenio laboral de referencia.

Para la determinación del precio y su descomposición en costes directos e indirectos se ha tenido en cuenta los porcentajes establecidos en el Anexo II.B cálculo para el desglose de costes en servicios TIC de la Instrucción 1/2024.

El presupuesto máximo del contrato asciende a 40.900,18 € (IVA incluido), desglosado en 7.098,38 € en concepto de IVA y 33.801,80 € por el importe sin IVA.

ISRAEL MARIN HIDALGO		30/01/2025 12:09:49	PÁGINA: 5 / 7
VERIFICACIÓN	NJyGw2YkvB4DN54j7DwW3F4rT5IDO4	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



Importe (IVA excluido): 33.801,80 €
Importe del IVA: 7.098,38 €
Total (IVA incluido): 40.900,18 €
Presupuesto base de licitación: 40.900,18 €

Desagregación de género

De conformidad con la citada instrucción y respecto de la desagregación por género, en el Convenio Colectivo de aplicación no se establece ningún tipo de medida de acción positiva para favorecer el acceso de las mujeres a todas las profesiones, de las contempladas en el artículo 17.4 del Real Decreto Legislativo 2/2015, de 23 de octubre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley del Estatuto de los Trabajadores. Por tanto, aplican los principios generales de igualdad efectiva entre mujeres y hombres y de no discriminación, por lo que no se han contemplado diferencias por este motivo.

Valor Estimado: 67.603,60 €

De acuerdo con lo establecido en el artículo 101 de la LCSP, el valor total estimado del contrato teniendo en cuenta los precios actuales del mercado asciende a 67.603,60 €, y responde al importe total del presupuesto, sin incluir el Impuesto sobre el Valor Añadido más dos posibles prórrogas del contrato por un período de doce meses cada una.

2.3. CRITERIOS DE ADJUDICACIÓN DEL CONTRATO.

Se han elegido los criterios de adjudicación que a continuación se exponen por su directa vinculación con el objeto del contrato, como son la difusión y creación de contenidos para las redes sociales del IAPRL.

Por una parte, el importe de la proposición económica con mayor ponderación, como en toda contratación pública de estas características, y por otro lado, la proposición de valor añadido (mejoras), para las proposiciones que oferten la realización de un mayor número de contenidos para las redes sociales.

En base a la identificación de ofertas anormalmente bajas, se entiende que tan solo el criterio de adjudicación del precio tiene influencia real en la viabilidad de la ejecución del contrato, ya que el criterio de adjudicación de creación de contenidos creativos propios anuales adicionales establece límites máximos de valoración evitando que se puedan realizar ofertas desproporcionadas y/o inviables.

2.4. FORMA DE PAGO DEL PRECIO.

Se abonará mediante pagos parciales, de forma trimestral, dividiendo el importe total de abono entre los meses de servicio a prestar, independientemente del volumen de los servicios prestados en cada uno de los meses. La empresa contratista se obliga a presentar, dentro de los diez primeros días del mes siguiente al trimestre realizado, una factura por los servicios prestados en dicho periodo.

El pago de la Administración se realizará al contratista contra factura, a expedir de acuerdo con la normativa vigente, debidamente conformada por el responsable del contrato.

ISRAEL MARIN HIDALGO		30/01/2025 12:09:49	PÁGINA: 6 / 7
VERIFICACIÓN	NJyGw2YkvB4DN54j7DwW3F4rT5IDO4	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



El lugar de presentación de la factura será en el Punto General de Entradas de Facturas Electrónicas
<https://face.gob.es>

Oficina Contable: A01004456 - INTERVENCIÓN GENERAL DE LA JUNTA DE ANDALUCÍA.

Órgano Gestor: A01014030 – INSTITUTO ANDALUZ DE PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES

Unidad Tramitadora: A01014030 – INSTITUTO ANDALUZ DE PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES

2.5. RESPONSABLE DE CONTRATO.

La persona titular del Gabinete de Fomento del Instituto Andaluz de Prevención de Riesgos Laborales, con correo electrónico iaprl.ceeta@juntadeandalucia.es.

EL JEFE DEL SERVICIO DE FOMENTO Y CULTURA PREVENTIVA
Israel Marín Hidalgo

ISRAEL MARIN HIDALGO		30/01/2025 12:09:49	PÁGINA: 7 / 7
VERIFICACIÓN	NJyGw2YkvB4DN54j7DwW3F4rT5IDO4	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	