

MEMORIA JUSTIFICATIVA DE LA CONTRATACIÓN DEL SERVICIO DE CREACIÓN, DINAMIZACIÓN, RELACIÓN, ATENCIÓN Y MANTENIMIENTO DEL CONTENIDO Y CONVERSACIÓN DIGITAL DE COMUNICACIÓN CON LOS CLIENTES Y DEPORTISTAS EN LOS CANALES DE REDES SOCIALES DE LAS INSTALACIONES DEPORTIVAS Y RESIDENCIA DE DEPORTISTAS, GESTIONADAS POR LA EMPRESA PÚBLICA PARA LA GESTIÓN DEL TURISMO Y DEL DEPORTE DE ANDALUCÍA, S.A., CON UN PRESUPUESTO BASE DE LICITACIÓN DE 85.050,00 € IVA NO INCLUIDO

Exp.: C101-10AA-0326-0016

CPV: 79341000-6

1. ANTECEDENTES

La Empresa Pública para la Gestión del Turismo y del Deporte de Andalucía, S.A., de acuerdo con sus estatutos (según el Acuerdo de 12 de julio de 2016, del Consejo de Gobierno, por el que se modifica el Acuerdo de 27 de julio de 2010, que autorizaba la creación de la «Empresa Pública para la Gestión del Turismo y del Deporte de Andalucía, S.A.» y por el que se aprueban los nuevos estatutos de la citada empresa pública para su adaptación a la normativa reguladora de las sociedades de capital), contempla en su objeto social entre otros:

1. Constituye el objeto de la sociedad la realización de actividades y servicios tendentes a la mejora y crecimiento de la industria turística y del deporte, a cuyo fin desarrolla principalmente las siguientes acciones:

- a) La realización de actuaciones orientadas al crecimiento y desarrollo de la industria turística y del deporte en todos sus aspectos.
- b) La gestión de las instalaciones turísticas o deportivas, adscritas a la Consejería competente en materia de turismo y de deporte, conforme al régimen de encomiendas previsto en el artículo 106 de la Ley 9/2007, de 22 de octubre, así como la elaboración de planes, ejecución de obras y trabajos que resulten necesarios para la mejor explotación de las mismas.
- d) La realización de todo tipo de actuaciones, obras y trabajos para la conservación y transformación de los recursos e instalaciones turísticas, así como la ejecución de obras de instalaciones y equipamientos deportivos.
- e) La gestión y explotación de bienes inmuebles y servicios afectos al uso turístico o deportivo.

Por otro lado, la ORDEN de 16 de mayo de 1997 de la Consejería de Turismo y Deporte regula la efectiva prestación de las actividades asignadas a la Empresa Pública de Deporte Andaluz, S.A., disponiendo en su artículo 2 la puesta a disposición de las Instalaciones Deportivas de la Cartuja y el Centro Especializado de Remo y Piragüismo junto a la Residencia de Deportistas.

Adicionalmente, cabe destacar que la ORDEN de 5 de marzo de 1999 de la Secretaría General para el Deporte pone a disposición de la Empresa Pública de Deporte Andaluz, S.A., las instalaciones deportivas de la Ciudad Deportiva de Huelva.

Asimismo, la Resolución de 24 de septiembre de 1999 de la Secretaría General para el Deporte pone a disposición de la Empresa Pública de Deporte Andaluz, S.A., las instalaciones deportivas de Carranque en Málaga, actualmente conocidas como Ciudad Deportiva Javier Imbroda.

La orden 25 de junio de 2019 de la Consejería de Turismo, Cultura y Deporte prorroga la Orden de 29 de mayo de 2017, de la Consejería de Educación y Deporte, por la que se adapta la encomienda a la Empresa Pública para la Gestión del Turismo y del Deporte de Andalucía, S.A., para la gestión de las instalaciones deportivas del Estadio de la Juventud de Granada a la Ley 9/2017, de 8 de



noviembre, de Contratos del Sector Público y se prorroga el encargo de gestión, con fecha de finalización 31 de mayo de 2026.

La Orden de 29 de mayo de 2017, establecía que el Objeto de la misma era: Encomendar a la Empresa Pública para la Gestión del Turismo y del Deporte de Andalucía, S.A. (EPGTDASA), la gestión de la instalación deportiva "Escuela Pública de Golf el Toyo", destinada a uso deportivo. Comprende la gestión, explotación, administración, mantenimiento, conservación, vigilancia, promoción y comercialización de las instalaciones y equipamientos destinados al servicio de usuarios de las instalaciones deportivas que conforman en la actualidad la Escuela Pública de Golf el Toyo.

Finalmente, la resolución de 7 de junio de 1999, de la Secretaría General para el Deporte, pone a disposición de la Empresa Pública para la Gestión del Turismo y del Deporte de Andalucía, S.A, la instalación deportiva del Parque Deportivo de la Garza, en Linares.

Según se prevé en el Programa de Actuación, Inversión y Financiación (PAIF) para el ejercicio 2025, los servicios a contratar apuntan al objetivo de Optimizar la gestión de Instalaciones Deportivas de la Junta de Andalucía, en aras a incrementar la práctica deportiva.

En este sentido, para las instalaciones deportivas adscritas a la empresa Centro Especializado de Remo y Piragüismo en el que se encuentra la Residencia de Deportistas, la financiación del servicio responde a los créditos generados por recursos propios, los ingresos propios y el Capítulo IV con cargo a la partida presupuestaria 1200010G46A443640001.

En este contexto, la contratación del servicio se justifica entre otras por las siguientes razones:

- **Falta de Personal Específico:**
La Empresa no dispone de personal con las titulaciones y certificaciones necesarias, tal como establece el pliego de prescripciones técnicas.
- **Carencia de Recursos Materiales:**
La prestación de estos servicios requiere de equipamiento específico, infraestructuras, dispositivos tecnológicos y otros recursos que la Empresa no posee.
- **Limitación en el Objeto Social:**
El objeto social de la Empresa no incluye la ejecución directa de estos servicios.
- **Racionalización del Gasto:**
La contratación externa garantiza una gestión económica más eficiente y evita costes estructurales fijos a largo plazo.

2. FINANCIACIÓN

Las fuentes de financiación (IVA Incluido) son las siguientes:

ANUALIDAD	PROYECTO	IMPORTE
2026	PRY2026-8032	5.717,25
	PRY2026-8033	5.717,25
	PRY2026-8034	5.717,25
	PRY2026-8035	5.717,25
	PRY2026-8036	5.717,25
	PRY2026-8037	5.717,25
	PRY2026-8038	5.717,25
	PRY2026-8039	5.717,25
	PRY2026-8040	5.717,25



2027	PRY2027-8032	5.717,25
	PRY2027-8033	5.717,25
	PRY2027-8034	5.717,25
	PRY2027-8035	5.717,25
	PRY2027-8036	5.717,25
	PRY2027-8037	5.717,25
	PRY2027-8038	5.717,25
	PRY2027-8039	5.717,25
	PRY2027-8040	5.717,25

Estos proyectos están asignados a la fuente financiera 10000G/46A/44364/000 asignado al código PAIF 3.2.1. correspondiente a:

Objetivo Estratégico 3 “Incrementar la práctica deportiva mejorando las infraestructuras y fortaleciendo el tejido asociativo, favoreciendo la igualdad” recoge todos los objetivos operativos y las actuaciones relacionadas con el Deporte, incluidas las acciones en clave de género.

3.2 “Optimizar la gestión de las IIDD de la JA de alto nivel y alto rendimiento (AI/F)” incluye la gestión de las instalaciones deportivas de la Junta de Andalucía adscritas o encomendadas a la empresa, consolidando la Residencia de Deportistas de la Cartuja y poniendo en marcha de nuevos disciplinas y espacios deportivos, así como la inclusión de colectivos como la infancia y la adolescencia y el fomento de las relaciones intra-familiares en la vivencia deportiva responsable con el medio (AI/F).

3. NATURALEZA Y EXTENSIÓN DE LA NECESIDAD QUE SE PRETENDE CUBRIR

Los servicios de relación, dinamización, captación y comunicación con los clientes y deportistas objetivo, estarán vinculados a las siguientes instalaciones y todos sus subespacios/submarcas:

Provincia de Sevilla.

- a) Instalaciones Deportiva la Cartuja.
- b) CEAR de Remo y Piragüismo la Cartuja.
- c) Residencia de Deportistas la Cartuja.
- d) Instalaciones Deportivas de Tiro Olímpico. Camas.

Provincia de Huelva

- e) Ciudad Deportiva de Huelva

Provincia de Málaga

- f) Ciudad Deportiva de Carranque

Provincia de Granada

- g) Estadio de la Juventud de Granada

Provincia de Jaén

- h) Parque Deportivo de La Garza. Linares

Provincia de Almería

- i) Escuela Pública de Golf El Toyo

Los trabajos a desarrollar engloban todas las necesidades que pudieran tener las instalaciones, sin carácter limitativo, en línea al objeto de la licitación, así como los espacios, micro espacios existentes o de nueva creación que pudieran implementarse o planificarse para su futura disponibilidad durante la duración y ejecución del contrato. Dentro de estos trabajos será de



OBLIGADO cumplimiento la implantación y ejecución de lo establecido en el “Plan Director de Reposicionamiento Digital” elaborado específicamente para la gestión de las RRSS en las Instalaciones Deportivas gestionadas por Turismo y Deporte de Andalucía, S.A., incluyéndose la toda la generación de contenido multimedia en cualquiera de sus formatos (video, audio, imagen, etc.) contemplando preproducción, creación, postproducción.

Los licitadores interesados en presentar oferta podrán agendar fecha para poder tener acceso al documento (Plan Director de Reposicionamiento Digital) en las dependencias de Turismo y Deporte de Andalucía, S.A que tienen en Sevilla (CEAR de Remo y Piragüismo, Glorieta Beatriz manchón, S/N – 41092 Sevilla), solicitando mediante correo electrónico a: nbonilla@andalucia.org

También se considerarán aquellas trabajos o solicitudes que se pudieran demandar desde la Subdirección de Instalaciones Deportivas en aquellos proyectos, acciones o necesidades que pudiera existir por la interacción y sinergias entre las instalaciones más arriba descritas y las políticas de difusión y fomento que desde la Consejería de Educación y Deporte se pudieran establecer e implementar.

La adjudicataria, en cualquiera de los casos, ajustará y atenderá la comunicación, tono, modo y forma a lo que en todo momento determine Turismo y Deporte de Andalucía, teniendo en consideración lo que determine está y los gabinetes de comunicación e identidad corporativa como recomendaciones o pautas a seguir en el ámbito de la Junta de Andalucía.

DESCRIPCIÓN DE LOS SERVICIOS

La empresa adjudicataria del servicio dotará a la SID (Subdirección de Instalaciones Deportivas) de soporte en la creación, dinamización y mantenimiento del contenido que se ofrece tanto en los medios físicos como digitales, en su relación y comunicación con los clientes y deportistas que hacen uso de las Instalaciones Deportivas, de forma actualizada, juvenil, dinámica y adaptado a las nuevas demandas de nuestros clientes y usuarios relativas a esta materia y objeto de contratación.

Estableciendo una unificación y nexo común en los mensajes que se puedan transmitir, agilizando y acercando la intercomunicación entre deportista/instalación. Es importante tener en cuenta, que la comunicación busca mejorar las ratios de conversión y venta de los servicios y productos ofertados en las IIDD, así como mejorar y mantener la fidelidad y retención en la relación B2C.

A) Elementos a contemplar, propuesta de mínimos, serán valoradas aquellas aportaciones que amplíen y complementen la elaboración de los trabajos solicitados.

A modo enunciativo y no limitativo, se recogen los trabajos y servicios a considerar y prestar objeto de la licitación:

- Desarrollo e implantación de la arquitectura establecida en el plan director, con especial énfasis en potenciar las oportunidades, gestionar la optimización de las RRSS, instaurar la estrategia de reposicionamiento, así como la activación.

El Plan Director, por la tipología del servicio y objetivo a conseguir, deberá plantearse como un documento dinámico, que deberá ser actualizado/revisado de forma continua durante la vigencia del contrato ajustándose a las tendencia y demandas del mercado, así como en la forma de interacción de los deportistas con las instalaciones.

En este sentido la adjudicataria deberá implementar de forma obligatoria una metodología, y herramientas/apps...como Brandwatch para la planificación del contenido y su difusión, junto a monitorización en redes, gestión de las comunidades y medición de la performance, de forma que se genere una proactividad, dinamismo, tiempo de respuesta y adaptación a la demanda de información y comunicación de la sociedad actual. De igual modo, se utilizarán herramientas predictivas de tendencias y/o riesgos en la gestión/uso de nuestras RRSS.



- Elaboración, creación, adaptación, programación, gestión y mantenimiento de todo el contenido de comunicación sea necesario publicar y trasladar por cualquiera de los medios disponibles o se creen por parte de la SID e instalaciones y espacios deportivos objeto de la licitación. Sin limitación y alcance alguno, considerándose en este sentido. P.e: Redes sociales (Instagram, Whatsapp, Facebook, Youtube, X, TikTok, Strava, Spotify y cualesquiera otras que pudieran surgir durante la ejecución del contrato), Notas de prensa, comunicados, entrevistas, streaming, directos, enlatados, etc. Este servicio tendrá un soporte, disponibilidad de 365 días 24 horas.
- Mantenimiento, actualización y gestión/ampliación/integración de funcionalidades conforme a lo establecido por Turismo y Deporte de Andalucía, del Whatsapp – CHATBOT NIKKI.
- Elaboración, creación, gestión y dinamización de las agendas de actividades promocionales que se vayan a desarrollar en las instalaciones y espacios deportivos, fomentando el tráfico de nuevos usuarios, dinamización en las ventas, conocimiento de nuevos servicios y productos, potenciando y mejorando la sensación de pertenencia a la comunidad de deportistas de la instalación.
- Identificación y gestión de prescriptores de los servicios y productos, estableciendo la viabilidad de alcanzar acuerdos de colaboración y dinamización que sean favorables para ambas partes.
- Planificación y Diseño de acciones que en base a lo establecido en las estrategias y en línea a los objetivos que desde Turismo y Deporte de Andalucía se establezcan generen captación de nuevos clientes y deportistas, incrementos de ingresos en las líneas de negocio que se establezcan, etc.
- Establecer metodologías tipo Growth Hacking, que optimicen y mejoren la tracción y captación de clientes, cuota de mercado con inversiones contenidas y limitadas.
- Elaboración de micro-videos, relatos, spots, animaciones, etc. que den soporte bien a la difusión/promoción de las instalaciones en RRSS, Eventos, Acciones, Servicios OTT y/o canales on-line; o como video tutoriales o asistencia guiada sencilla en el conocimiento/uso de elementos, equipamientos o espacios de las instalaciones.
- Prospección continua de los mejores canales a utilizar en base a las demandas de la SID e Instalaciones Deportivas, y propuesta a Turismo y Deporte de Andalucía.
- Proactividad, identificación y gestión en el bloqueo, registro y protección de marca de la SID y de las Instalaciones deportivas de aquellas cuentas y perfiles claves para el perfecto desarrollo del objeto de este contrato.
- Evaluación y cuantificación económica por partidas de los elementos y acciones a ejecutar propuestos, así como valoración y priorización de aquellas acciones/intervenciones más importantes a ejecutar y priorizar por su impacto en cada una de las instalaciones. Búsqueda de las propuestas de mejor ratio (impacto/menor coste implementación)
- Elaboración del contenido y gestión de las campañas de promoción que se pudieran desarrollar como mailing masivo, mailing a clientes y usuarios activos, retargeting, y acciones similares dentro del contexto de este apartado.
- Implementación y disponibilidad de forma diaria/semanal/mensual/anual de métricas que objetive y genere documentos de tomas de decisión que ayude a mejorar y consolidar las acciones exitosas y conocer las mejores prácticas a implementar.
- Toma de fotografías, fotomontajes, capturas de imágenes, videos y uso de otros soportes digitales y analógicos.



- Gestión de cesión de derechos, uso de imágenes de terceros y actividades análogas vinculadas al uso de cualquier material multimedia, análogo o cualesquiera otro que pueda ser sujeto de derechos de autor por su uso por parte de un tercero que sea publicado en nombre o como Turismo y Deporte de Andalucía.

El desarrollo de los trabajos y servicios estarán siempre coordinado entre la empresa adjudicataria y Turismo y Deporte de Andalucía, S.A. Contemplando en todo momento, cuantas observaciones, indicaciones y propuestas que, desde Turismo y Deporte de Andalucía, S.A, se dirijan a la empresa. La comunicación se podrá realizar tanto en español como en inglés, así como en el mercado nacional e internacional. Siendo la región de Andalucía y el ámbito nacional/EU el prioritario. Se valorará la publicación en otros idiomas como francés/alemán/portugués.

Los trabajos, diseño de los elementos o materiales que formen parte del objeto del servicio a prestar, y siempre que se ajusten, deberá contemplar las normas establecidas en el Manual de Identidad Corporativa de la Junta de Andalucía, aprobado mediante Decreto 218/2020, de 21 de diciembre y accesible desde lajunta.es/identidad. Asimismo, debe ajustarse a lo estipulado en el artículo 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.

De igual modo, a fin de garantizar el derecho a la información y accesibilidad para las personas mayores o con discapacidad sensorial, auditiva y visual, de la actividad publicitaria que se realiza y difunde por la Administración de la Junta de Andalucía, en los mensajes que se emitan a través de medios audiovisuales se deberá incorporar el uso de la locución de los mensajes escritos que aparezcan en pantalla y la subtitulación o superimpresión de los mensajes hablados. Estos procedimientos se realizarán con arreglo a las normas técnicas establecidas para cada caso.

La empresa adjudicataria a petición de Turismo y Deporte de Andalucía, una vez terminados los trabajos, durante los siguientes 12 meses, podrá solicitar la creación de archivos digitales en aquellos formatos que le fueran necesarios para la producción, que no se hubieran contemplado en lo establecido en este apartado.

Contrato reservado DA 4ª LCSP: No

En atención a la naturaleza del contrato, cuyo objeto consiste en la prestación de servicios de creación, dinamización, gestión y mantenimiento de contenidos y conversación digital en redes sociales, así como la interacción continua con usuarios y deportistas, se requiere un alto grado de especialización en comunicación digital, marketing en redes sociales, generación de contenidos, analítica y gestión de comunidades online, además de capacidad de respuesta inmediata y adaptación a entornos digitales dinámicos. Estas prestaciones implican la participación de perfiles profesionales cualificados y experiencia específica en estrategias de comunicación digital aplicadas al ámbito deportivo e institucional. En este sentido, dichas actividades no se corresponden con las que, de forma habitual, desarrollan los centros especiales de empleo de iniciativa social o las empresas de inserción, siendo además limitada la existencia en el mercado de este tipo de entidades con la solvencia técnica y organizativa necesaria para su ejecución en los términos requeridos. En consecuencia, la reserva del contrato podría restringir la concurrencia y afectar a la calidad y eficacia del servicio, por lo que no resulta procedente su configuración como contrato reservado, sin perjuicio del cumplimiento de la obligación de reserva en aquellos contratos cuya naturaleza sí resulte compatible.



Para el desarrollo del contrato, se han estimado un total de 315 horas de profesionales del Grupo 1 Nivel 2 y un total de 3.125 horas de profesionales del Grupo 2 Nivel 3, quedando reflejados los costes directos de la siguiente forma:

Concepto	Horas	Sumatorio
Horas totales G1N2	315	6.082,21 €
Horas totales G2N3	3125	57.502,50 €
TOTAL:	63.584,71 €	

No se ha realizado una desagregación de los costes salariales por género, dado que la naturaleza de las prestaciones no requiere dicha diferenciación para la determinación del precio del contrato. No obstante, se garantiza el respeto a los principios de igualdad y no discriminación recogidos en la normativa vigente y, en particular, en la Ley de Contratos del Sector Público.

Para el cálculo de los costes indirectos, se tienen en cuenta las siguientes partidas y se desglosan de la siguiente forma:

Sumatorio indirectos	10.953,48 €
Canons y Derechos Propiedades	2.500,00 €
Producciones	5.200,00 €
Elementos Digitales y producción	2.100,00 €
Ads y medios digitales	1.000,00 €
Otros	153,48 €

Finalmente y siguiendo la información proporcionada por la Central de Balances del Banco de España (CenBal, http://app.bde.es/rss_www/Ratios), para el sector de actividad J63 se infiere que los costes de estructuras medios según tamaño de empresa y organización se establecen entre el 3,2% al 8%, tomando en nuestro caso por la tipología del servicio a prestar un valor de referencia del 4%, por otro lado en relación al beneficio industrial y de igual forma dependiendo del tamaño de la empresa, el sector tiene una media del 12% al 20%, en este caso se ha considerado 18.5%.

5. DISPONIBILIDAD Y RESERVA DE CRÉDITO:

El director responsable PAIF de los trabajos objeto del contrato que suscribe la presente memoria acredita la existencia de crédito y su reserva para llevar a cabo la licitación solicitada por importe total de **102.910,50 € IVA** incluido con la generación y codificación en el ERP-Navision del expediente de contratación EC26-00097, según el siguiente detalle de anualidades:

ANUALIDAD	PROYECTO	IMPORTE
2026	PRY2026-8032	5.717,25
	PRY2026-8033	5.717,25
	PRY2026-8034	5.717,25
	PRY2026-8035	5.717,25
	PRY2026-8036	5.717,25
	PRY2026-8037	5.717,25
	PRY2026-8038	5.717,25
	PRY2026-8039	5.717,25
	PRY2026-8040	5.717,25



2027	PRY2027-8032	5.717,25
	PRY2027-8033	5.717,25
	PRY2027-8034	5.717,25
	PRY2027-8035	5.717,25
	PRY2027-8036	5.717,25
	PRY2027-8037	5.717,25
	PRY2027-8038	5.717,25
	PRY2027-8039	5.717,25
	PRY2027-8040	5.717,25

6. PLAZO DE EJECUCIÓN Y POSIBLES PRÓRROGAS PREVISTAS

El plazo de ejecución del contrato es de 12 meses. Se prevén 1 prórrogas con una duración de 2 meses.

7. CAUSAS DE MODIFICACIÓN DEL CONTRATO

No se prevé causas de modificación del contrato.

8. DESCRIPCIÓN DE LOTES O JUSTIFICACIÓN, EN SU CASO, DE NO DIVIDIR EN LOTES

División en Lotes

☒	☐
Justificación: No se prevé la división en lotes del expediente dado que el objeto del mismo persigue, entre otras finalidades, la unificación, coherencia y estandarización de los criterios de comunicación digital en todos los canales de redes sociales de las instalaciones deportivas y la residencia de deportistas gestionadas por la entidad. La prestación comprende actividades estrechamente interrelacionadas —creación de contenidos, dinamización, atención al usuario, gestión de la conversación digital y mantenimiento de los canales— que requieren una estrategia global, homogénea y coordinada, tanto en el tono comunicativo como en la imagen de marca, los protocolos de respuesta y la gestión de incidencias. La eventual división en lotes implicaría la intervención de múltiples adjudicatarios, lo que dificultaría significativamente la coordinación operativa, la uniformidad de mensajes, la gestión coherente de la reputación digital y la aplicación de criterios comunes de atención al usuario, generando riesgos de duplicidades, disfunciones y pérdida de eficacia en la comunicación institucional. Asimismo, la necesidad de mantener una interlocución única, un seguimiento centralizado de la actividad y una evaluación global de resultados refuerza la conveniencia de una contratación unitaria, que permita optimizar recursos, asegurar la calidad del servicio y garantizar el cumplimiento de los objetivos estratégicos definidos. En consecuencia, la contratación sin división en lotes se considera la opción más adecuada desde el punto de vista técnico, funcional y organizativo.	



9. PROPUESTA DE CRITERIOS DE SOLVENCIA Y ADJUDICACIÓN Y SU JUSTIFICACIÓN

9.1. Los criterios de solvencia económica y técnica serán los establecidos en los Pliegos de Cláusulas Particulares.

9.2. Los criterios de adjudicación se desglosan, de la siguiente.

a) Criterios por aplicación de un juicio técnico de valor – Máximo 56 puntos, desglosados de la siguiente manera:

1. Propuesta técnica que recoja la estrategia de contenido y reposicionamiento de marca en redes sociales, alineada con los pilares definidos en el Plan Director. Arquitectura de canales digitales optimizada para cada instalación y su público objetivo. Plan de captación y retención de usuarios basado en estrategias de engagement y fidelización digital. Metodología de interacción en redes: contenido dinámico, retos, colaboraciones con influencers y deportistas relevantes. Integración de estrategias específicas para cada instalación deportiva, aprovechando sus fortalezas y oportunidades. **Hasta un máximo de 12 puntos.**

Se valorará:

- La coherencia técnica de la estrategia con los pilares del Plan Director, asegurando que el reposicionamiento de marca sea reconocible y profesional.
 - La capacidad de segmentación en la arquitectura de canales, adaptando el tono y el formato a cada instalación (El Toyo, La Cartuja, Huelva) y a sus perfiles de usuario específicos (deportistas de élite vs. usuarios recreativos).
 - La creatividad y viabilidad de las metodologías de interacción (retos, colaboraciones), primando aquellas propuestas que demuestren un impacto real en el engagement y la fidelización digital del usuario.
2. Propuesta de actividades de dinamización: establecer/desarrollar el diseño de actividades conforme a los insights del Plan Director, contemplando acciones específicas en redes sociales como Instagram, Facebook, Tiktok y X. **Hasta un máximo de 7 puntos.**

Se valorará:

- El uso de insights extraídos del Plan Director para el diseño de actividades, demostrando que la dinamización no es genérica sino basada en datos.
 - La adaptación nativa de las acciones a cada plataforma (Reels/Stories en Instagram, contenido efímero en Facebook, tendencias en TikTok y actualidad en X).
 - La capacidad de las actividades para generar tráfico orgánico y participación activa de la comunidad deportiva.
3. Propuesta de incremento de funcionalidades, en el Chatbot mediante whatsapp del asistente virtual NIKKI. **Hasta un máximo de 10 puntos.**

Se valorará:

- La propuesta de nuevas funcionalidades vía WhatsApp que simplifiquen la experiencia del usuario (reservas, consultas técnicas, avisos de mantenimiento).
- La actualización en la capacidad de respuesta y lenguaje natural del asistente virtual, reduciendo la fricción en la comunicación.
- La integración técnica del chatbot con el resto del ecosistema digital de la instalación para ofrecer una atención 24/7 eficiente y personalizada.



4. Desarrollo de acciones viables y alineadas con las oportunidades digitales detectadas en el plan director, como el crecimiento en tiktok, estrategia de engagement en Instagram. **Hasta un máximo de 5 puntos.**

Se valorará:

- La identificación de nichos de crecimiento específicos, especialmente en TikTok, mediante propuestas de contenido viral o educativo sobre alto rendimiento.
- La solidez de la estrategia de engagement en Instagram, valorando tácticas de interacción directa (encuestas, Q&A, contenido tras las cámaras).
- La viabilidad técnica y económica de las acciones propuestas en relación con los recursos disponibles

5. Propuesta de planificación de acción e inversión en medios digitales para captación de leads y nuevos clientes tomando como referencias las Instalaciones Deportivas de La Cartuja y Ciudad Deportiva de Huelva. Así como la motivación y justificación. **Hasta un máximo de 10 puntos.**

Se valorará:

- La calidad de la segmentación para la captación de leads (potenciales clientes), tomando como referencia los casos de éxito y necesidades de La Cartuja y Huelva.
- La justificación del mix de medios (Ads en Meta, Google Search, etc.) y la optimización del presupuesto para maximizar el retorno de la inversión (ROI).
- La claridad en los KPIs (indicadores clave de desempeño) propuestos para medir el éxito de las campañas de captación.

6. Propuesta de equipo multidisciplinar que desarrollará y acompañará en el transcurso de la ejecución del contrato, valorándose la experiencia en la ejecución de la tipología del trabajo objeto del contrato en el ámbito deportivo B2C (sport digital media, eventos deportivos, instalaciones deportivas y cadena de gimnasios deportivos). **Hasta un máximo de 12 puntos.**

Se valorará:

- La especialización técnica de los perfiles asignado, capacitación... (CV)
- La experiencia acreditada en el sector B2C deportivo, especialmente en la gestión de cadenas de gimnasios o eventos de alto nivel, que garantice un conocimiento profundo del comportamiento del usuario deportivo.
- La estabilidad y dedicación del equipo propuesto, asegurando un acompañamiento continuo y proactivo durante toda la vigencia del contrato.

Conforme se prevé en el art. 146.3 LCSP, se considerarán APTAS O TÉCNICAMENTE ACEPTABLES aquellas ofertas que alcancen 28 puntos de los 56 puntos máximos posibles de la proposición técnica. Todas las ofertas que alcancen los 28 puntos pasarán a la fase de valoración económica. Esta valoración será considerada en la suma de las puntuaciones obtenidas junto al resto de apartados.

Este umbral mínimo se establece con el fin de garantizar que únicamente accedan a la fase de valoración económica aquellas ofertas que alcancen un nivel suficiente de calidad técnica. Esta medida resulta especialmente adecuada en una contratación como la presente, relativa al servicio de creación, dinamización, atención y mantenimiento de la comunicación digital en redes sociales, en la que el resultado depende en gran medida de la calidad, coherencia, creatividad y viabilidad de la propuesta técnica presentada. En este contexto, la definición de la estrategia de contenidos, la capacidad de generar interacción con los usuarios, la adecuación a los distintos públicos y canales, así como la correcta utilización de herramientas digitales, son elementos determinantes para el éxito del servicio. Por ello, el establecimiento de un umbral mínimo permite evitar que ofertas técnicamente insuficientes puedan resultar adjudicatarias exclusivamente por su menor precio, asegurando que la competencia se produzca entre



propuestas que cumplen unos estándares mínimos de calidad técnica. Asimismo, el nivel fijado se considera proporcionado, al situarse en un punto intermedio de la puntuación total, permitiendo la concurrencia efectiva sin renunciar a la exigencia de calidad en la prestación del servicio.

7. Criterios por aplicación de fórmulas – Máximo 44 puntos

a) Propuesta económica: 44%. La máxima puntuación de 44 puntos, se otorgará a la propuesta económica más favorable (menor).

Para la asignación de puntuación al resto de las ofertas, se procederá al correspondiente prorrateo proporcional a la oferta de menor importe, mediante regla de tres inversa.

$$\text{Puntuación oferta licitador A} = \frac{\text{Oferta económica más baja}}{\text{Oferta económica licitador A}} \times 44$$

9.3.- Justificación de criterios de adjudicación:

En la presente contratación se considera necesario establecer criterios de adjudicación que combinen la valoración económica con criterios evaluables mediante juicio técnico de valor, dado que el objeto del contrato —relativo a la gestión, dinamización y desarrollo de la comunicación digital en redes sociales de instalaciones deportivas— constituye una prestación de carácter eminentemente estratégico, creativo y tecnológico, en la que el resultado depende de la calidad, coherencia y capacidad de ejecución de las propuestas presentadas. En este sentido, aspectos como la definición de la estrategia de contenido y reposicionamiento de marca, la adecuación de las acciones de dinamización a los distintos canales y públicos objetivo, el desarrollo de soluciones tecnológicas como el asistente virtual, la planificación de campañas de captación y la correcta identificación de oportunidades digitales inciden directamente en la capacidad del servicio para generar engagement, fidelización y captación de usuarios. Asimismo, la especialización, experiencia y dedicación del equipo multidisciplinar propuesto resulta determinante para garantizar la correcta ejecución del contrato en un entorno digital altamente cambiante, lo que justifica su valoración mediante criterios sometidos a juicio técnico.

Por otro lado, la inclusión del criterio económico mediante fórmula permite introducir un elemento objetivo de comparación entre las ofertas, asegurando que, una vez garantizado un nivel adecuado de calidad técnica, la adjudicación recaiga en la propuesta más eficiente desde el punto de vista del coste. La utilización de una fórmula proporcional inversa resulta adecuada por cuanto permite valorar de manera homogénea las distintas ofertas económicas en relación con la más ventajosa, garantizando los principios de igualdad de trato, transparencia y eficiencia en la utilización de los recursos públicos.

Asimismo, se establece un umbral mínimo de 28 puntos sobre 56 en la valoración técnica, con el fin de asegurar que únicamente accedan a la fase económica aquellas ofertas que alcancen un nivel suficiente de calidad, coherencia y adecuación a las necesidades del contrato, evitando que propuestas técnicamente insuficientes puedan resultar adjudicatarias por la sola concurrencia del factor precio. De este modo, se garantiza que la adjudicación final se produzca entre ofertas que reúnen unos estándares mínimos de calidad técnica, permitiendo seleccionar la oferta con mejor relación calidad-precio y asegurando el adecuado cumplimiento de los objetivos del contrato.

9.4.- En caso de igualdad entre dos o más empresas licitadoras, desde el punto de vista de los criterios objetivos que sirven de base para la adjudicación, será preferida en primer lugar, la proposición presentada por centros especiales de empleo o trabajador/a autónomo/a discapacitado/a, en segundo lugar, aquella empresa que, en el momento de acreditar la solvencia técnica, tenga en su plantilla un número de trabajadores/as minusválidos/as no inferior al 2 por ciento de la misma.



10. PARÁMETROS OBJETIVOS PARA CONSIDERAR UNA OFERTA ANORMALMENTE BAJA

Para considerar una oferta anormalmente baja en los términos del artículo 149.2.a) LCSP se aplicarán los parámetros incluidos en el artículo 85 del Reglamento general de la Ley de Contratos de las Administraciones Públicas (RD 1098/2001, de 12 de octubre).

Se considerarán desproporcionadas o temerarias las ofertas o proposiciones que se encuentren en los siguientes casos:

1. Cuando, concurriendo una sola empresa licitadora, sea inferior al presupuesto base de licitación en más de 25 unidades porcentuales.
2. Cuando concurren dos empresas licitadoras, la que sea inferior en más de 20 unidades porcentuales a la otra oferta.
3. Cuando concurren tres empresas licitadoras, la que sea inferior en más de 10 unidades porcentuales a la media aritmética de las ofertas o proposiciones presentadas. No obstante, se excluirá para el cómputo de dicha media la oferta de cuantía más elevada cuando sea superior en más de 10 unidades porcentuales a dicha media. En cualquier caso, se considerará desproporcionada la baja superior a 25 unidades porcentuales.
4. Cuando concurren cuatro empresas o más empresas licitadoras, las que sean inferiores en más de 10 unidades porcentuales a la media aritmética de las ofertas o proposiciones presentadas. No obstante, si entre ellas existen ofertas o proposiciones que sean superiores a dicha media en más de 10 unidades porcentuales, se procederá al cálculo de una nueva media sólo con las ofertas o proposiciones que no se encuentren en el supuesto indicado. En todo caso, si el número de las restantes ofertas o proposiciones es inferior a tres, la nueva media se calculará sobre las tres ofertas o proposiciones de menor cuantía.

Cuando se identifique una proposición que pueda ser considerada desproporcionada o anormal, Turismo y Deporte de Andalucía seguirá el procedimiento previsto en el art. 149, 4, 5, 6, 7 de la LCSP.

11. TRATAMIENTO DE DATOS PERSONALES

No aplica

12. CONCLUSIÓN

Por todo lo anteriormente descrito, se concluye que se hace necesaria la CONTRATACIÓN DEL SERVICIO DE CREACIÓN, DINAMIZACIÓN, RELACIÓN, ATENCIÓN Y MANTENIMIENTO DEL CONTENIDO Y CONVERSACIÓN DIGITAL DE COMUNICACIÓN CON LOS CLIENTES Y DEPORTISTAS EN LOS CANALES DE REDES SOCIALES DE LAS INSTALACIONES DEPORTIVAS Y RESIDENCIA DE DEPORTISTAS, GESTIONADAS POR LA EMPRESA PÚBLICA PARA LA GESTIÓN DEL TURISMO Y DEL DEPORTE DE ANDALUCÍA, S.A., con un presupuesto base de licitación de 85.050,00 € IVA no incluido.

Técnicos Responsables:

Director/a Responsable PAIF