

## **MEMORIA JUSTIFICATIVA CONSOLIDADA DEL CONTRATO DENOMINADO “SERVICIO DE APOYO A LA COMUNICACIÓN”. EXPTE CONTR2022 934219**

### Contenido

1. NATURALEZA Y EXTENSIÓN DE LA NECESIDAD A CUBRIR.....	2
2. OBJETO Y CONTENIDO DEL CONTRATO.....	3
3. PROCEDIMIENTO DE ADJUDICACIÓN Y TRAMITACIÓN DEL EXPEDIENTE. DIVISIÓN POR LOTES.....	5
4. JUSTIFICACIÓN DE LOS CRITERIOS DE ADJUDICACIÓN Y ELECCIÓN DE LOS CRITERIOS DE SOLVENCIA.....	6
5. SISTEMA DE DETERMINACIÓN DEL PRECIO.....	7
6. PRESUPUESTO, ANUALIDADES Y APLICACIÓN PRESUPUESTARIA.....	10
7. PROCEDIMIENTO DE ADJUDICACIÓN Y TRAMITACIÓN.....	11
8. PLAZO DE EJECUCIÓN.....	11
9. RESPONSABLE DEL CONTRATO.....	11



	Juan Luis Ceda Ramos	06/07/2023 09:31:38	PÁGINA: 1 / 11
VERIFICACIÓN	NJyGwj4n5adfc1Y6Qc4XckKpSkk9wt	<a href="https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/">https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/</a>	



## 1. NATURALEZA Y EXTENSIÓN DE LA NECESIDAD A CUBRIR

La Agencia Digital de Andalucía, en lo sucesivo la Agencia, tiene la responsabilidad de la definición y ejecución de los instrumentos de tecnologías de la información, telecomunicaciones, ciberseguridad y gobierno abierto y su estrategia digital en el ámbito de la Administración de la Junta de Andalucía, sus agencias administrativas y sus agencias de régimen especial. Ello quiere decir que esta Agencia ha de relacionarse tanto con su personal propio (unos mil trescientos profesionales), como con todo el personal de su ámbito de competencia (más de cincuenta mil empleadas y empleados públicos) que son usuarios de sus sistemas, así como con la población andaluza (ciudadanía, empresas, instituciones...) que son potenciales usuarios de los sistemas digitales que, a través de la Agencia, las diferentes Consejerías pondrán a su disposición.

La Agencia inició su funcionamiento efectivo a raíz de la aprobación de sus estatutos publicados en el BOJA el pasado 8 de abril de 2021 y con ello surge la necesidad imperiosa de la puesta en marcha de un ambicioso plan de comunicación dirigido a un público objetivo amplio y diverso. Es función de dicho plan de comunicación contribuir a la integración efectiva del personal de la Agencia facilitando información, ofreciendo certidumbre y siendo receptivos a sus inquietudes y aportaciones; ofrecer una imagen de solvencia que asegure a las Consejerías la capacidad de la Agencia para dar respuesta a sus necesidades e iniciativas y, finalmente, poner en valor la aportación de la tecnología a la resolución de los objetivos de la administración y su relación con la ciudadanía a través tanto de medios de prensa tradicionales como de los nuevos canales digitales.

La Agencia Digital de Andalucía impulsa un modelo organizativo que conjuga los principios de eficacia, eficiencia, igualdad de trato entre mujeres y hombres, y modernización del aparato administrativo, con la mejora continuada de la calidad de los servicios y la adopción de las nuevas tecnologías en orden a simplificar la gestión administrativa, en un proceso de transformación continua de la Administración Pública que se encuentra sustentado en la simplificación administrativa y la utilización intensiva de las nuevas tecnologías.

Asumir los cambios que supone la adopción de las innovaciones tecnológicas que está destinada a llevar a cabo la Agencia, exige contar un trabajo específico que lleva a cabo, dentro de la Agencia, el equipo de gestión del cambio de manera transversal.

Estas labores de comunicación y gestión del cambio en el marco de la estrategia de la Agencia se llevan cabo a través de todo el personal de este equipo de Gestión del Cambio y Comunicación, así como en el marco de diversos contratos de encargos a medios propios. No obstante, el exigente plan de comunicación de la Agencia establece diversas acciones tanto de comunicación, formación, y participación hacia seis grupos destinatarios: Ciudadanía, Personal de la Agencia, Consejo Rector, Personal de la Junta de Andalucía, Consejerías, Delegaciones y Agencias, así como Proveedores, y requiere además para su cumplimiento de la coordinación de los diferentes grupos de trabajo de los perfiles que conforman el ecosistema de la Agencia como es la marca Vuela, Andalucía Conectada, Seguridad Digital de Andalucía, Vuela Guadalinfo etc. Estas labores de planificación y ejecución del plan, así como la coordinación, seguimiento y supervisión global de la comunicación se han asumido con personal propio de la Dirección General, si bien se hace necesario dotar a este equipo de mayor



	Juan Luis Ceada Ramos	06/07/2023 09:31:38	PÁGINA: 2 / 11
VERIFICACIÓN	NJyGwj4n5adfc1Y6Qc4XckKpSkk9wt	<a href="https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/">https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/</a>	

capacidad de actuación en la materia. No siendo posible la incorporación, a corto y medio plazo, de nuevo personal funcionario adecuadamente formado en la materia, así como que actualmente no existen en la RPT puestos de trabajo en relación a esta materia, no se cuenta con medios técnicos y humanos propios, por lo que se hace necesaria la contratación de servicios, que apoyen a la labor de dicho equipo. El presente contrato está vinculado a esta acción de transformación aportando los recursos necesarios para favorecer la comunicación.

Por todo lo anterior se considera necesario disponer de unos servicios de apoyo y soporte para gestionar la comunicación de manera profesional y sistemática generando una metodología común y una Oficina técnica para que, bajo la dirección de la Agencia, puedan generarse los contenidos y trabajos para garantizar el cumplimiento de los compromisos de difusión, información, transparencia y comunicación que conllevan las competencias que ha de desarrollar la Agencia.

## 2. OBJETO Y CONTENIDO DEL CONTRATO

El objeto del contrato es la prestación de un servicio de asistencia técnica en materia de comunicación y marketing vinculados a la promoción y difusión de la actividad de la Agencia Digital de Andalucía a través de una estructura en forma de Oficina Técnica de Comunicación (OTC) que dé una respuesta versátil con calidad, eficacia y flexibilidad a las necesidades profesionales, técnicas y humanas vinculadas a la planificación estratégica en materia de comunicación de la actividad desarrollada por la Agencia.

Los servicios fundamentales para prestar son los de asistencia técnica al área de comunicación de la Agencia como oficina técnica de comunicación y marketing, imagen, prensa y redes sociales; principalmente con la redacción periodística en movilidad (cobertura in situ), gestión de medios, acciones de marketing, realización de trabajos de diseño gráfico multiformato, generación de contenidos multimedia, servicio senior de social media mángager y gestión de los perfiles sociales 24x7.

Asimismo, en el objeto del contrato también se incluye una “bolsa de producción”, destinada a la contratación de espacios publicitarios en medios digitales (por ejemplo twitter), la producción de material promocional (por ejemplo enaras), el alquiler de material para eventos (por ejemplo, iluminación o mesas de mezclas), o la elaboración de materiales divulgativos como videos promocionales.

La prestación de los servicios objeto del presente documento se centrará básicamente en las tareas que se detallan a continuación:

### - Planificación y estrategia comunicativa

- Apoyo en la definición de la estrategia institucional de comunicación.
- Apoyo a la ejecución del proceso de implementación del plan de comunicación y el desarrollo de estrategias comunicativas.
- Coordinación y canalización de estrategias de comunicación y planificación de actos, programas y eventos.
- Plan de relaciones institucionales con personas relevantes del ámbito tecnológico.



Juan Luis Ceada Ramos		06/07/2023 09:31:38	PÁGINA: 3 / 11
VERIFICACIÓN	NJyGwj4n5adfc1Y6Qc4XckKpSkk9wt	<a href="https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/">https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/</a>	



- Seguimiento, análisis y evaluación

- Servicio de seguimiento (press-clipping) de la presencia de la Agencia y su actividad, así como de sus áreas de interés.
- Análisis mediático y de presencia.
- Informes de actividad, impacto y resultados.
- Seguimiento de la actualidad del sector para la búsqueda de oportunidades informativas y de participación.
- Seguimiento de impacto de las Newsletter lanzadas por la Agencia.

- Relación con los medios de comunicación

- Asesoramiento y apoyo de forma continua en su relación con los medios de comunicación.
- Asesoramiento y apoyo en la creación de la agenda de comunicación.
- Gestión de las relaciones de prensa.
- Redacción periodística de convocatorias, comunicados, notas de prensa, entrevistas, etc.
- Diseño y ejecución de ruedas de prensa y encuentros con medios.
- Gestión de comunicación extrema.
- Mantenimiento de documentos de previsible preguntas y respuestas.
- Gestión de publicidad en medios de comunicación.

- Generación de contenidos, diseño corporativo y publicidad

- Diseño gráfico y digital.
- Coberturas multimedia.
- Organización de eventos.
- Generación de contenidos informativos sobre proyectos y actividad de la Agencia.
- Gestión de un archivo fotográfico de la Agencia.
- Elaboración y maquetación de documentos escritos.
- Elaboración de Newsletters y blogs.
- Actualización de webs y portales de la ADA.
- Desarrollo de campañas de comunicación.
- Generación de contenidos en inglés.

- Gestión de redes sociales y canales de difusión digitales

- Diseño, despliegue y monitorización de una estrategia Social Media.
- Creación y diseño de perfiles en redes sociales.



Cofinanciado por  
la Unión Europea

Juan Luis Ceada Ramos		06/07/2023 09:31:38	PÁGINA: 4 / 11
VERIFICACIÓN	NJyGwj4n5adfc1Y6Qc4XckKpSkk9wt	<a href="https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/">https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/</a>	



- Creación de cronograma de publicaciones.
- Gestión de la difusión y viralización.
- Dinamización online de los eventos organizados por la ADA.
- Escucha activa en tiempo real en redes sociales.
- Atención de consultas relacionadas con el proyecto.
- Gestión de campañas.
- Coordinación y canalización de planes de comunicación.

No se tiene conocimiento, por parte del Servicio proponente, de alternativa técnica distinta a la contratación de los servicios expresados, que pueda dar respuesta, de forma satisfactoria, a las necesidades citadas, por lo que, de acuerdo con lo exigido en el artículo 28 de las Ley de Contratos del Sector Público, se considera que el objeto y contenido del contrato son los idóneos para la satisfacción de las necesidades derivadas de la necesidad de abordar la implementación de la oficina de comunicación.

### 3. PROCEDIMIENTO DE ADJUDICACIÓN Y TRAMITACIÓN DEL EXPEDIENTE. DIVISIÓN POR LOTES.

Se propone para la contratación el procedimiento abierto, con el fin de fomentar la competencia y concurrencia de propuestas y considerarse el más beneficioso para el interés público. Se pretende garantizar al máximo la libre concurrencia y la transparencia, de forma que se facilite la presentación de ofertas a todas las empresas de entre las que cumplan los requisitos de solvencia técnica y económica, excluyéndose toda negociación de los términos del contrato con los licitadores.

No se considera conveniente la división del contrato en lotes por los siguientes motivos:

- Los servicios que prestar se encuentran muy interrelacionados entre sí, girando todos en torno a la comunicación digital. Además, el alcance de los trabajos se encuentra organizado en base a una misma estrategia y plan de actuación de acciones de comunicación. La organización de estos trabajos bajo una misma unidad funcional es la fórmula más idónea para desarrollar estos servicios, ya que de lo contrario tanto la gestión como la ejecución conllevarían una mayor complejidad y una disminución de la calidad.
- La motivación de integrar la prestación objeto del contrato en un único lote se basa en el principio rector básico de la contratación pública, que es la eficiente utilización de los fondos públicos y, que conlleva, buscar la mayor racionalización en la ejecución de las prestaciones. La integración de todos los servicios en un único lote permitirá optimizar los recursos y mejorar la eficacia y eficiencia de los servicios. Las prestaciones que forman parte del objeto del contrato constituyen “unidad operativa o funcional”; es decir, son elementos inseparables para el logro de una misma



Juan Luis Ceada Ramos		06/07/2023 09:31:38	PÁGINA: 5 / 11
VERIFICACIÓN	NJyGwj4n5adfc1Y6Qc4XckKpSkk9wt	<a href="https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/">https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/</a>	



- finalidad e imprescindibles para el correcto funcionamiento de aquello que se pretende conseguir con la celebración del contrato.

Los argumentos que justifican la no división por lotes de la presente contratación son los siguientes:

- Evita los problemas de coordinación entre responsables de distintas empresas lo que influye positivamente en la calidad de los servicios.
- Anula las coincidencias y duplicidades de puestos de trabajo y medios materiales que se dan cuando más de una empresa trabaja en el mismo ámbito y en diferentes lotes. Con ello se coordina la ejecución una manera única la prestación de los diferentes servicios.
- Evita la descoordinación que puede producirse en los servicios ante los técnicos de la Agencia al tratar con un único adjudicatario.
- Simplifica los trámites administrativos, informativos y operativos en la relación de la Agencia con una única empresa adjudicataria frente a dos o más.
- Reduce el tiempo de resolución de problemas por la desaparición de intereses diferentes de empresas y lotes.
- Desde el punto de vista técnico, la oficina de comunicación debe funcionar como un solo equipo donde todas las partes están permanentemente interrelacionadas desde los componentes de análisis estratégico hasta los de ejecución. La coordinación entre empresas diferentes implicaría una complicación extra que impediría la correcta ejecución con el nivel de calidad exigido.
- Por otra parte, la complejidad y naturaleza de los trabajos exige que la coordinación y estrategia de comunicación responda a una misma empresa responsable para evitar disfunciones y divergencias en la estrategia de comunicación de la Agencia.

#### 4. JUSTIFICACIÓN DE LOS CRITERIOS DE ADJUDICACIÓN Y ELECCIÓN DE LOS CRITERIOS DE SOLVENCIA

##### - Criterios de adjudicación.

La elección de los criterios de adjudicación de aplicación al expediente del epígrafe, contenidos en el Anexo I del PCAP correspondiente responde a las razones siguientes:

- Criterios ponderables en función de un **juicio de valor**: Se valoran los aspectos que se consideran esenciales para la ejecución del contrato: Organización de la prestación del servicio que incluye un estudio organizativo del servicio, el modelo de relación y coordinación con el cliente así como la solución propuesta para cubrir los servicios requeridos donde se incluyen la planificación y estrategia comunicativa, la creatividad y el diseño, la gestión de redes sociales y canales de difusión digitales y las herramientas que aporten al proyecto. Unas propuesta completas, detalladas, realistas y eficaces son necesarias para la correcta ejecución de los trabajos y para la obtención de un resultado satisfactorio.
- Criterios basados en la **aplicación de fórmulas**: Se valoran estos criterios buscando el mejor aprovechamiento de los recursos públicos, a fin de conseguir el mayor número de horas de trabajo en los distintos perfiles ajustándose al presupuesto disponible. Se valoran también la



Juan Luis Ceada Ramos		06/07/2023 09:31:38	PÁGINA: 6 / 11
VERIFICACIÓN	NJyGwj4n5adfc1Y6Qc4XckKpSkk9wt	<a href="https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/">https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/</a>	



- mejora del Acuerdo de Nivel de Servicio, la reducción del porcentaje de gastos de gestión en la adquisición/alquiler de recursos a cargo de la bolsa de horas de producción y la mejora en la especialización del equipo de trabajo, a fin de conseguir una ejecución más eficaz y eficiente.
- Se consideran **criterios cualitativos** todos los del juicio de valor (30 puntos) y así como el criterio valorado por fórmula “mejoras en Acuerdo de Nivel de Servicio” (5 puntos) y “mejora en la especialización del equipo de trabajo” (20 puntos). La suma de estos supera los 51 puntos exigidos por el artículo 145.4 de la LCSP.

- Criterios de solvencia

La elección de los criterios de solvencia de aplicación al expediente del epígrafe, contenidos en el Anexo I- apartado 4, del PCAP correspondiente responde a las razones siguientes:

- **Solvencia económica:** Se considera que el volumen anual de negocios de la empresa constituye el indicador más adecuado para acreditar su capacidad económica. Y el porcentaje del mismo que se exige se considera el suficiente para garantizar la solvencia necesaria para la correcta ejecución del contrato, teniendo en cuenta sus características. Aunque la LCSP permite que el volumen de negocios mínimo anual exigido sea de hasta una vez y media el valor estimado del contrato, en este caso se considera suficiente, en aras de no perjudicar la concurrencia, con fijar como volumen anual el equivalente a UNA vez el valor medio anual estimado del contrato.
- **Solvencia técnica o profesional:** La solvencia técnica o profesional se acreditará por los medios que se señalan en el PCAP por considerarse un indicador de que el empresario dispone de los recursos adecuados, en número y capacitación para el desempeño de tareas similares a las que son objeto del contrato. En concreto, se fijan los siguientes indicadores:
  - El haber realizado al menos trabajos similares en los últimos 3 años por un volumen acumulado del 70% del valor medio anual estimado del contrato. Este criterio es acorde al artículo 90.2 de la LCSP. Al menos uno de los trabajos presentados tiene que haberse realizado para la administración pública.
  - Experiencia del personal que el contratista aporte durante la ejecución del contrato. Se establece una experiencia mínima alineada con las tarifas que se obtuvieron de la consulta preliminar de mercado que se nombra en el apartado siguiente. En dicha consulta preliminar se indicaba la experiencia mínima que se debería tener en cuenta para cada uno de los perfiles de cara a la propuesta de tarifas.

## 5. SISTEMA DE DETERMINACIÓN DEL PRECIO

La prestación del servicio se modelará como una bolsa de horas en la que se dará servicio por parte de la empresa que resulte adjudicataria al precio por hora indicado en su oferta.



Juan Luis Ceada Ramos		06/07/2023 09:31:38	PÁGINA: 7 / 11
VERIFICACIÓN	NJyGwj4n5adfc1Y6Qc4XckKpSkk9wt	<a href="https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/">https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/</a>	



Adicionalmente, se reservará una partida económica destinadas a servicios de producción y ejecución de campañas relacionadas con la puesta en marcha de las actuaciones de comunicación.

La suma de las dos partidas dará como resultado el importe de licitación.

Para la partida destinada a la prestación del servicio en modo bolsa de horas, el presupuesto se ha calculado en base al número de recursos, porcentaje de dedicación y horas estimadas para la prestación de los servicios y tarifas máximas por perfil, tomando como referencia los resultados de la consulta preliminar de mercado realizada a tal efecto y que se publicó en el perfil del contratante de la Junta de Andalucía con fecha 28 de diciembre de 2021 y que está publicada en el siguiente enlace: [https://www.juntadeandalucia.es/haciendayadministracionpublica/apl/pdc\\_sirec/perfiles-licitaciones/consultas-preliminares/detalle.jsf?idExpediente=15](https://www.juntadeandalucia.es/haciendayadministracionpublica/apl/pdc_sirec/perfiles-licitaciones/consultas-preliminares/detalle.jsf?idExpediente=15).

A continuación, se identifican los perfiles que se solicitan en la presente licitación y las tarifas obtenidas del informe público de conclusiones de la citada consulta preliminar:

PERFILES CONTRATACIÓN	% DEDICACIÓN MEDIA/MES	HORAS TOTALES	COSTE /HORA SIN IVA	COSTE TOTAL SIN IVA
Responsable de la oficina de comunicación	20%	360	68,78 €	24.759,60 €
Coordinador/a de actuaciones y contenidos	80%	1440	43,29 €	62.332,80 €
Redactor/a	100%	1800	45,56 €	82.008,00 €
Community Manager	100%	1800	37,23 €	67.008,00 €
Consultor/a en Marketing digital	25%	450	49,29 €	22.179,00 €
Diseñador Gráfico	75%	1350	44,23 €	59.706,00 €
Director/a creativo/a	20%	360	48,37 €	17.413,20 €
Fotógrafo/a	20%	360	45,94 €	16.536,60 €
Cámara	20%	360	41,27 €	14.856,60 €
Especialista en edición y producción de audio y vídeo	20%	360	39,73 €	14.301,60 €
<b>Total SIN IVA</b>				<b>381.101,40 €</b>

Con respecto a la partida destinada a servicios de producción y campañas en medios digitales, la estimación de los trabajos es de 60.000 € IVA EXC (aprox. Un 15% del total del contrato).

Teniendo en cuenta estas estimaciones, el resultante obtenido es el siguiente:

MODALIDAD DE PRESTACIÓN DEL SERVICIO	IMPORTE MÁXIMO ESTIMADO	%
Bolsa de horas	381.101,40 €	86%
Bolsa de producción	60.000,00 €	14%







<b>TOTAL SIN IVA</b>	<b>441.101,40 €</b>
----------------------	---------------------

El valor estimado del contrato se calcula sumando el importe de la licitación SIN IVA más el importe de la posible prórroga de hasta 48 meses más el importe de una posible modificación al alza del presupuesto de licitación contrato.

<b>Presupuesto</b>	<b>Importe sin IVA.</b>
Licitación	441.101,40 €
Posible incremento 20%	88.220,28 €
Prórrogas	1.764.405,60 €
Valor Estimado	2.293.727,28 €

#### Desglose de costes

La Central de Balances del Banco de España (CenBal) elabora una base de datos con 29 ratios según los distintos sectores económicos que distingue la Clasificación Nacional de Actividades Económicas (CNAE), siendo 4 ratios los que pueden utilizarse para estimar el presupuesto base de licitación de un contrato según la estructura de costes establecida por la Ley 9/2017.

URL de la CenBal: [http://app.bde.es/rss\\_www/Ratios](http://app.bde.es/rss_www/Ratios). Del análisis de la citada base de datos en el año 2021, teniendo en cuenta el sector de actividad económica de la CNAE que corresponde al objeto del contrato (J Información y comunicaciones) y para todas las cifras de negocio incluidas en la base de datos.

Se aplica la fórmula descrita en el anexo II de la instrucción 2/2020, actualizando con los valores de CenBal a 2021.

Para cada ratio empleado en el cálculo se ha tomado el valor Q2, que se corresponde con la mediana de la serie estadística.

El valor del Beneficio Industrial se obtiene directamente a partir de los ratios publicados (R03), mientras que los Gastos Generales de Estructura se calculan aplicando las siguientes fórmula:

Gastos Generales de Estructura = 100 – Costes Directos – beneficio industrial.

Costes Directos =  $((100 - R01) \times (1 - R14 / 100)) + (0,8 \times R02)$

Donde:

- R01 es el valor añadido / cifra neta de negocios (margen bruto en %).
- R14 es el inmovilizado material / total activo fijo (en %).
- R02 es el gasto de personal / cifra neta de negocios (en %).
- 0,8 (80%) es la proporción de los gastos de personal que se estima directamente imputable a la prestación del servicio, al ser los servicios informáticos una actividad intensiva en mano de obra.

Se deducen los porcentajes que se indican, quedando el siguiente desglose de costes, IVA excluido:

Juan Luis Ceada Ramos		06/07/2023 09:31:38	PÁGINA: 9 / 11
VERIFICACIÓN	NJyGwj4n5adfc1Y6Qc4XckKpSkk9wt	<a href="https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/">https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/</a>	



	%	Importe S/IVA
Costes directos	77,6	342.294,69 €
Costes indirectos	14,61	64.444,91 €
Beneficio industrial	7,79	34.361,80 €
Total sin IVA	100	<b>441.101,40 €</b>

El convenio de aplicación en este sector, aprobado mediante Resolución de 3 de febrero de 2016, de la Dirección General de Empleo, por la que se registra y publica el Convenio colectivo del sector de empresas de publicidad, y su posterior actualización (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), establece como salario mínimo para 2023 del perfil más alto de los existentes en dicho convenio (nivel 1) un valor de 24.172,30 €. Añadiendo un 33% adicional en concepto de gastos del empleador (IRPF y SS), más el 14,6% de gastos indirectos y el 7,79% de beneficio industrial, el importe asciende a 37.467,06 €. Teniendo en cuenta que la jornada anual se ha estimado en 1800 horas, se obtiene un resultado de coste por hora de 20,82€/hora. Ese coste por hora es menor que la tarifa más baja utilizada para el cálculo del presupuesto (el community manager, 37,23€/hora, de lo que se deduce que las tarifas utilizadas permiten en todos los casos al empleador abonar al trabajador el sueldo estipulado en el convenio.

## 6. PRESUPUESTO, ANUALIDADES Y APLICACIÓN PRESUPUESTARIA

La distribución de anualidades es la siguiente:

### Anualidades FEDER

PRESUPUESTO POR AÑO	Importe (IVA incluido)	Partida presupuestaria
2023	133.433,17 €	0131170000 G/12D/22602/00 A4A00180DA
2024	400.299,53 €	0131170000 G/12D/22602/00 A4A00180DA

### Anualidades FEDER

PRESUPUESTO POR AÑO	IMPORTE SIN IVA	IVA	TOTAL
2023	110.275,35 €	23.157,82 €	133.433,17 €
2024	330.826,05 €	69.473,48 €	400.299,53 €
<b>TOTAL</b>	<b>441.101,40 €</b>	<b>92.631,30 €</b>	<b>533.732,70 €</b>



Este contrato es susceptible de ser financiado con fondos europeos FEDER 21-27. Se procederá a cambiar la fuente de financiación en cuanto se apruebe la operación.

## 7. PROCEDIMIENTO DE ADJUDICACIÓN Y TRAMITACIÓN

El presente expediente se ejecutará mediante procedimiento ABIERTO y tramitación ORDINARIA.

El presente contrato se propone sea informado favorablemente por la Dirección General de Estrategia Digital, a efectos de lo establecido en el artículo 5 de la Orden de 23 de octubre de 2012, por la que se desarrollan determinados aspectos de la política informática de la Junta de Andalucía.

Asimismo, los servicios objeto del contrato se consideran de carácter general, a efectos de su contratación, en relación con el artículo 4 de la citada Orden.

## 8. PLAZO DE EJECUCIÓN

El periodo de ejecución del contrato será de 12 meses, previéndose posibles prórrogas del mismo por periodos independientes de hasta un máximo de 48 meses.

## 9. RESPONSABLE DEL CONTRATO

Se propone la designación como responsable del contrato al Subdirector de Servicios Digitales y Analítica de Datos, a quien corresponde supervisar su ejecución y adoptar las decisiones y dictar las instrucciones necesarias con el fin de asegurar la correcta realización de la prestación pactada.

En Sevilla, a fecha de firma electrónica

EL SUBDIRECTOR DE SERVICIOS DIGITALES Y ANALÍTICA DE DATOS  
Fdo: Juan Luis Ceda Ramos



	Juan Luis Ceda Ramos	06/07/2023 09:31:38	PÁGINA: 11 / 11
VERIFICACIÓN	NJyGwj4n5adfc1Y6Qc4XckKpSkk9wt	<a href="https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/">https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/</a>	