

MEMORIA PARA LA CONTRATACIÓN DEL SERVICIO PARA LA ELABORACIÓN Y GESTIÓN DE LA ESTRATEGIA DE REDES SOCIALES DEL INSTITUTO ANDALUZ DE LA JUVENTUD.

1. JUSTIFICACIÓN DE LA NECESIDAD DEL CONTRATO.

De acuerdo con las Disposiciones Generales del Decreto 118/1997, de 22 de abril, BOJA nº 49 de 26 de abril de 1997, por el que se aprueba el régimen de organización y funcionamiento del Instituto Andaluz de la Juventud (IAJ), entre las funciones que se le encomiendan en su capítulo II artículo 3, figuran:

- a) La planificación, programación, organización, seguimiento y evaluación de las actuaciones en materia de juventud, impulsadas por la Administración de la Junta de Andalucía, así como la colaboración con otras Administraciones Públicas y Entidades en el ámbito territorial de la Comunidad Autónoma de Andalucía.
- b) Fomento de la participación, promoción, información y formación en materia de juventud.
- c) Fomento, programación y desarrollo de la Animación Sociocultural en Andalucía, así como la incentivación de la investigación en materia de juventud.

Así, el Instituto Andaluz de la Juventud se encarga de velar por los intereses de los jóvenes andaluces y fomentar programas para desarrollar sus habilidades personales y formativas. De igual manera, el IAJ contribuye a la concienciación y educación en problemas de las personas jóvenes, colaborando en la búsqueda de mecanismos para que ellos mismos sean capaces de erradicarlos.

Con esta licitación se pretende que todos los programas y líneas estratégicas del IAJ lleguen a los jóvenes andaluces, constituyendo las redes sociales, sin lugar a dudas, una vía preferente de comunicación con esta parte de la ciudadanía.

El Instituto perseguirá con su presencia en redes sociales y en su web alcanzar los diversos objetivos establecidos en el vigente Plan Estratégico de la Juventud Andaluza (2022-2026), aprobado por Acuerdo de 19 de abril de 2022, del Consejo de Gobierno, cuyo Objetivo Estratégico 6.2. profundiza precisamente en la necesidad de "incrementar y actualizar los medios y canales de comunicación con el público joven". El IAJ fomentará especialmente líneas de comunicación que contribuyan a la consecución de objetivos que afectan al desarrollo de sus competencias, entre otros, la promoción de hábitos de vida saludable, la reducción de violencia juvenil, o el incremento en el número de jóvenes que participan activamente en el desarrollo de la sociedad.

En relación con lo anterior, se requiere una gestión eficaz de la estrategia de Redes Sociales del Instituto Andaluz de la Juventud, y contar con una consultoría en comunicación online para desarrollar acciones publicitarias en redes u optimizar publicaciones de materiales generados por el IAJ.



PABLO VELAZQUEZ NAVARRETE		11/07/2023 12:08:37	PÁGINA: 1 / 20
VERIFICACIÓN	NJyGwZ1O0Mv52r35w04uqLENq0gX9a	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



Debido a las características de los trabajos se hace necesario contar con profesionales expertos en comunicación en redes sociales y diseño, dado que el Instituto no cuenta en su estructura, de personal destinado ni cualificado para la realización de estas funciones tan específicas, derivándose la necesidad de externalizar la realización de las mismas mediante los servicios objeto de esta contratación.

2. OBJETO DEL CONTRATO.

El contratista deberá prestar servicios de gestión y dinamización de perfiles del IAJ en las diferentes plataformas de RRSS. En concreto, habrán de realizarse los trabajos que se citan en los siguientes apartados:

1.- Realización de un análisis previo de las RRSS y propuesta al IAJ de una estrategia a seguir en su gestión para el periodo de ejecución del contrato.

Este trabajo se desarrollará al inicio de la ejecución del contrato. La empresa adjudicataria aportará al IAJ un documento que recoja su propuesta de estrategia de gestión de las RRSS, en los primeros 10 días de ejecución del contrato.

2.- Gestión y dinamización de los perfiles del IAJ en las diferentes plataformas de RRSS.

Se realizarán los trabajos de "Community Manager".

En lo tocante al trabajo de publicación de contenidos, el número de publicaciones en RRSS será el siguiente:

- Twitter: mínimo de 15 mensajes/semana
- Facebook: mínimo de 15 posts/semana; Stories: mínimo 15 entradas/semana
- Instagram Post: mínimo 7 entradas/semana; Reels: mínimo de 7 entradas/semana; Stories: mínimo 15 entradas/semana;
- LinkedIn (*): mínimo de 4 entradas/semana
- Tik Tok: mínimo de 10 entradas/semana
- Youtube: mínimo de 2 entradas/semana

(*)Las publicaciones en LinkedIn se limitarán, en cuanto a su contenido, a trasladar a la ciudadanía información pública de programas del IAJ de interés general, como lo son convocatorias de acciones formativas o de ayudas públicas.

En relación con los anteriores números mínimos de publicaciones semanales, no computarán como tales publicaciones los retweet y demás publicaciones compartidas.

Se entiende que la optimización de los recursos que se generen permitirá al contratista alcanzar esas cifras. La anterior distribución podría verse alterada en función de las necesidades de la

PABLO VELAZQUEZ NAVARRETE		11/07/2023 12:08:37	PÁGINA: 2 / 20
VERIFICACIÓN	NJyGwZ1O0Mv52r35w04uqLENq0gX9a	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



Administración y la evolución dinámica de las RRSS, pudiendo ser necesario activar la presencia del IAJ en otros canales, si se entendiera necesario por la persona directora de los trabajos.

La empresa adjudicataria no podrá realizar conexión entre diferentes redes sociales de forma automática con el objeto de que se autopubliquen post de unas redes en otras, debiendo contar cada red con copy e imagen.

Los contenidos se introducirán en las redes de lunes a domingo, ambos incluidos y en horario de máxima relevancia según se vaya determinando por el responsable del contrato a la vista de los informes de seguimiento. Los contenidos autorizados podrán ser programados.

En relación con la gestión y dinamización de perfiles, se estima que las actuaciones del contratista deben desembocar en la consecución de:

- Un aumento de un 10% mensual de seguidores en cada una de las redes sociales.
- Un aumento medio de un 15% mensual en el alcance de las publicaciones.
- Un aumento de la interacción de los usuarios (engagement) de al menos un 10% mensual.

Queda prohibida la compra de seguidores o cualquier acción que mejore los resultados del IAJ en redes sociales de forma artificial (excluyéndose las acciones descritas en el punto 9º de este apartado).

Los contenidos podrán ser:

- Contenidos propios, propuestos a iniciativa del IAJ, que los facilitará para su adaptación al contratista, que los divulgará posteriormente.
- Contenidos propuestos y generados proactivamente por la empresa adjudicataria. Deberán ser aprobados por el IAJ con carácter previo a su publicación. Tales trabajos de generación de contenidos para RRSS quedan incluidos en el objeto de la presente contratación.
- Compartidos de noticias y actualidad, siendo de particular interés los de contenidos de otras áreas de la Junta de Andalucía, la propia Consejería a la que se adscribe el IAJ, o la Presidencia y Gobierno de la Junta de Andalucía, que tengan relación con las competencias del Instituto o la juventud en Andalucía.

El contratista propondrá un calendario de contenidos con actualización mensual, para su estudio y aprobación por el responsable de los trabajos en el IAJ, estando en todo caso sujeto a aquellas necesidades informativas de vayan surgiendo durante el mes.

En la redacción de contenidos se atenderá a los siguientes principios generales:

- Brevedad. Se evitará incluir información redundante y ajena al tema central.
- Actualidad. Lo expuesto debe ser relevante para las audiencias en ese momento.

PABLO VELAZQUEZ NAVARRETE		11/07/2023 12:08:37	PÁGINA: 3 / 20
VERIFICACIÓN	NJyGwZ1O0Mv52r35w04uqLENq0gX9a	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



- Composición clara, concisa y directa. La capacidad de síntesis es muy importante, así como el uso de un lenguaje que, dentro de lo institucional, permita que el mensaje llegue a la ciudadanía joven. Debe evitarse el lenguaje complejo y las imágenes narrativas de difícil comprensión.
- Objetividad en el mensaje. Se facilitará información objetiva, y se respetará lo dispuesto en la normativa vigente en materia de publicidad institucional.
- Buena ortografía y estilo de redacción. Se cuidará el uso del lenguaje y su correcta utilización para preservar la identidad de la institución.

3.- Realización de infografías/gráficas para publicaciones (formatos adaptados) sobre actualidad del IAJ, y/o sus adaptaciones para uso en diversas RRSS.

Será por cuenta del contratista, como trabajo de producción, la creación de copys para las diferentes redes sociales que fomenten la atención de los seguidores en redes sociales, y ayuden a la difusión de la actividad del IAJ.

Con carácter mensual se deberán publicar los siguientes formatos especiales, como mínimo:

- 4 infografías/gráficas (artes finales)
- 3 videos, de 1 minuto como máximo de duración, de contenido propio/institucional (particularmente de promoción de servicios o programas del IAJ, como carné joven europeo, corresponsales, programas europeos CES/ERASMUS+, campos de voluntariado..).

Este material producido será empleado en las publicaciones relacionadas en el apartado anterior, pudiendo reiterarse su publicación en una o todas las redes, si se estimara de interés por el IAJ.

Se empleará la misma tipografía y gama cromática, con las lógicas salvedades que exija cada red social, con la meta de asentar una identidad corporativa clara por tipología de publicación. En todo caso se respetará lo establecido en el Manual de Identidad Corporativa de la Junta de Andalucía vigente a la fecha.

Será por cuenta del contratista la realización de las adaptaciones necesarias para el uso del material gráfico y audiovisual en las distintas redes sociales. Se estima la necesidad, de al menos, los siguientes formatos, pudiendo ser otros:

IG cuadrado: 1080 x 1080 px

Stories: 1080 x 1920 px

Vertical IG: 1080 x 1350 px

Horizontal IG: 1080 x 566 px

Twitter: 1200 x 670 px

Facebook/LinkedIn: 1200 x 628 px

4.- Monitorización de los perfiles de RRSS del IAJ.

PABLO VELAZQUEZ NAVARRETE		11/07/2023 12:08:37	PÁGINA: 4 / 20
VERIFICACIÓN	NJyGwZ1O0Mv52r35w04uqLENq0gX9a	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



- Respuestas y atención a la ciudadanía, resolución de dudas de seguidores de RRSS y viralización. Las respuestas a los ciudadanos debe hacerse en un breve plazo (6 horas en días laborables), y en todo caso se empleará un único modelo genérico de texto que el IAJ facilitará a la adjudicataria.
- Análisis y monitorización continua de las redes sociales, tanto para detectar posibles comienzos de crisis como para detectar y aprovechar publicaciones de otras cuentas institucionales, preferentemente de la Junta de Andalucía (replicar posts).
- La empresa adjudicataria informará al equipo técnico del IAJ sobre nuevos formatos, tendencias del mercado, contenido novedoso y la posibilidad de estar presentes en nuevas redes sociales.

5.- Escucha activa y gestión de reputación online.

Como parte de los trabajos contratados la empresa adjudicataria deberá utilizar herramientas avanzadas de escucha activa (como Brand24, Hootsuite, Meltwater, u otras), para monitorizar las principales redes sociales y conocer las conversaciones que se producen sobre temas relacionados con el IAJ en el "social media".

El contratista, a lo largo de la vigencia del contrato, prestará servicio de seguimiento de escucha activa en tiempo real, y procederá a dar aviso inmediato al IAJ sobre contenidos de interés, oportunidades y situaciones de crisis que se detecten. Los resultados serán objeto de informe al IAJ con periodicidad mensual, y siempre en relación con los objetivos del plan de comunicación que se establezca con la empresa adjudicataria del contrato.

6.- Cobertura integral de eventos que promueva el IAJ.

Se requiere de una publicación intensiva en los distintos perfiles de RRSS, en los momentos de celebración de determinados eventos de especial interés para el IAJ.

- En materia de comunicación de eventos, la cobertura de eventos se adaptará a cada hito de la escaleta en cuanto a publicaciones del mismo (estimado entre 5 y 15 publicaciones). Además habrá un mínimo de 5 publicaciones previas al evento (una semana antes), y publicación de un video resumen al día siguiente (máx. 1 minuto).
- El contratista deberá realizar presencialmente la cobertura del evento, con sus propios medios, mediante un equipo de fotografía/video profesional adaptado al lugar en que se desarrolle. Dicho material se difundirá en RRSS y web corporativa tras su producción.

Se fija un número máximo de 12 eventos para el periodo de vigencia del contrato (12 meses), pudiendo no alcanzarse dicha cifra de resultar menor la necesidad de la Administración.

Los actos tendrán lugar en territorio de la Comunidad Autónoma de Andalucía, en horario de mañana, tarde o noche, de lunes a domingo, y se comunicarán al contratista con un preaviso mínimo de 48 horas de antelación a su celebración.

PABLO VELAZQUEZ NAVARRETE		11/07/2023 12:08:37	PÁGINA: 5 / 20
VERIFICACIÓN	NJyGwZ1O0Mv52r35w04uqLENq0gX9a	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



7.- Notas de prensa.

Cuando así lo solicite el IAJ, que facilitará los datos necesarios para su confección, el contratista deberá redactar y remitir al IAJ un número de notas de prensa que no superará las 75 unidades durante el periodo de ejecución del contrato. El contratista facilitará la nota de prensa redactada en un máximo de 24 horas desde la remisión de la solicitud de la misma por el IAJ. La difusión de las notas de prensa será exclusivamente por cuenta del IAJ.

8.- Elaboración de un informe periódico (mensual) sobre RRSS.

Como necesario complemento a los trabajos descritos, la empresa adjudicataria aportará al IAJ un informe de carácter mensual, que contendrá la información que se detalla a continuación.

En relación con los perfiles del IAJ activos en RRSS:

- Twitter: número de tuits, número de seguidoras y seguidores, número de seguidos, listas creadas y suscritas y el sentido de su creación, favoritos emitidos, alcance e interacciones (retuits, menciones..), consultas realizadas y contestadas satisfactoriamente, comentarios negativos o positivos, análisis de los tuits y cobertura de temáticas.
- Facebook: número de publicaciones, cobertura de temáticas, número de seguidoras y seguidores, alcance e interacciones totales, número de likes, número de compartidos, número de comentarios, publicaciones destacadas, consultas realizadas y contestadas satisfactoriamente, comentarios negativos y positivos, etc.
- Para el resto de RRSS (Instagram, LinkedIn, Tik Tok...): número de publicaciones, likes, menciones, alcance e interacciones en el mes que se informa.

En general, se recogerán comparativas de las métricas con valores previos disponibles, aportando comentario de su impacto positivo o negativo.

En relación con los trabajos de escucha activa:

- Apartado específico dedicado a las actuaciones y resultados en materia escucha activa, acompañado de métrica y comparativas, siempre con referencia a la/s herramienta/s especializadas que fueron empleadas.

Además, la empresa adjudicataria incluirá en dicho informe, con carácter general, conclusiones y análisis de resultados mes a mes, para conocer de los trabajos realizados, motivación de actuaciones, éxitos y errores:

- Referencia a la metodología y las herramientas que utilizó para realizar su análisis.
- Se requiere del proveedor incluir específicamente un comentario general de carácter interpretativo sobre la evolución mensual de los perfiles e incidencias significativas acaecidas, a modo de conclusiones.
- Propuestas de mejora en la gestión de las RRSS del IAJ, recomendaciones para la consecución de objetivos, a la vista de lo observado en el mes.

PABLO VELAZQUEZ NAVARRETE		11/07/2023 12:08:37	PÁGINA: 6 / 20
VERIFICACIÓN	NJyGwZ1O0Mv52r35w04uqLENq0gX9a	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



Este informe mensual no sustituirá cualquier otro establecido en este Pliego de Prescripciones Técnicas.

9.- Compra de anuncios pagados (ADs) en RRSS para publicitar publicaciones del IAJ.

La publicidad en RRSS es la inversión que se realiza para mostrar anuncios pagados (ADs) en los diferentes formatos, espacios y modos de cada red social, con la finalidad de llegar a más ciudadanos.

A lo largo del periodo de ejecución del contrato, y siempre a demanda de este Instituto, se podrá solicitar a la empresa adjudicataria planificar y realizar acciones de publicidad en RRSS, para aumentar el alcance de las publicaciones del IAJ, mediante inversión en ADs con cargo al precio del contrato.

Advertida la necesidad de promocionar determinadas publicaciones entre la ciudadanía joven, por ser de temática especialmente relevante en un momento dado para el desarrollo de las competencias que el IAJ tiene encomendadas, el Instituto solicitará a la empresa adjudicataria la elaboración de una propuesta de inversión puntual en publicidad en RRSS, informándole para ello del mensaje a difundir, la audiencia objetivo y el presupuesto máximo disponible para esa acción concreta.

El importe máximo para compra de ADs de cada acción se fijará en función de las necesidades que se detecten en ese momento. Dentro del presupuesto máximo que se le comunique, la adjudicataria deberá aportar al IAJ un documento con propuesta de calendario y distribución del gasto por soportes y formatos, atendiendo a los objetivos de comunicación, el público objetivo y el objetivo de optimizar la inversión publicitaria. Se recogerá asimismo justificación técnica (por segmentación etc) del desglose de la inversión por redes sociales y/o formatos que plantea. Habrá de aportar su proposición en un plazo máximo de 72 horas desde la solicitud por el IAJ, debiendo ser aprobada por el responsable de los trabajos antes de su ejecución.

La puesta en marcha de la acción publicitaria tendrá lugar, como máximo, en las 48 horas siguientes a la aprobación del plan de inversión publicitaria por el IAJ.

El contratista respetará en todo caso la normativa vigente aplicable en materia de publicidad institucional, y aquella que prevalezca en periodo electoral cuando le sea de aplicación.

Previo y durante la realización de los trabajos descritos en este apartado, el responsable del contrato podrá efectuar cuantas sugerencias y propuestas de modificación se consideren necesarias sobre la planificación de inversión en ADs, si así lo requieren necesidades sobrevenidas para el buen funcionamiento de la acción publicitaria.

A la finalización del periodo de inversión publicitaria, en un plazo no superior a 5 días hábiles, el contratista deberá facilitar al IAJ un informe de ejecución de la acción de comunicación, con detalle de la inversión y resultados obtenidos por soporte. Asimismo, la empresa adjudicataria aportará informe de métricas emitido por los distintos soportes donde se haya adquirido publicidad, con indicación expresa del gasto efectivamente realizado.

PABLO VELAZQUEZ NAVARRETE		11/07/2023 12:08:37	PÁGINA: 7 / 20
VERIFICACIÓN	NJyGwZ1O0Mv52r35w04uqLENq0gX9a	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



El gasto en concepto de inversión publicitaria que se facture por la adjudicataria será igual a la inversión realmente efectuada en ADs, aumentada por el recargo (%) que la empresa ofertara. Será por cuenta del contratista cualquier gasto o gestión que se requiera para la correcta ejecución de la compra de Ads.

El recargo ofertado no puede ser inferior a 0,00% ni superar el 10,00%, y se expresará siempre con dos decimales.

El sumatorio del importe facturado por todos los trabajos de esta naturaleza, incluido el recargo aplicable, no superará los 2.970,00 EUR más IVA durante la vigencia del contrato.

Este presupuesto es estimativo y se ejecutará función de las necesidades de la Administración. Los trabajos podrán no alcanzar el presupuesto máximo previsto, por estar en función de las necesidades del IAJ de prestación del servicio. La circunstancia de no alcanzarse el máximo previsto no generará en favor del contratista derechos de indemnización, sin que sea obligatoria su ejecución total o agotamiento del crédito máximo inicialmente aprobado.

10.- Edición y maquetación de documentos elaborados por el IAJ para posterior difusión en redes sociales.

En todos los materiales que se editen y/o maqueten se tendrá en cuenta lo establecido en el Manual de Identidad Corporativa vigente de la Junta de Andalucía, además de las adaptaciones que exija cada red social.

Cuando se detecte la necesidad, el responsable de los trabajos facilitará a la empresa adjudicataria el material o información disponible, así como el detalle de los trabajos a desarrollar, solicitándole confirmación de las horas de trabajo técnico necesarias para la culminación de la tarea. Dicho presupuesto de horas deberá ser aprobado por el IAJ con carácter previo a su ejecución.

El sumatorio del importe facturado por todos los trabajos de esta naturaleza, durante la vigencia del contrato, no superará en su conjunto los 3.677,12 EUR más IVA.

Este presupuesto es estimativo y se ejecutará función de las necesidades de la Administración. Estos trabajos podrán no alcanzar ese presupuesto máximo previsto, por estar en función de las necesidades del IAJ de prestación del servicio. La circunstancia de no alcanzarse el máximo previsto no generará en favor del contratista derechos de indemnización, sin que sea obligatoria su ejecución total o agotamiento del crédito máximo inicialmente aprobado.

PABLO VELAZQUEZ NAVARRETE		11/07/2023 12:08:37	PÁGINA: 8 / 20
VERIFICACIÓN	NJyGwZ1O0Mv52r35w04uqLENq0gX9a	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



3. INSUFICIENCIA DE MEDIOS.

La amplitud de competencias que se atribuyen al IAJ en áreas de importante impacto social, la complejidad y variedad de las herramientas a utilizar, la aparición y desarrollo de multitud de medios de información y comunicación social que generan de forma permanente noticias, informaciones y opiniones, hacen del todo imposible poder realizar un seguimiento, análisis y uso adecuado de las redes sociales por el IAJ con los medios técnicos de que dispone, al tratarse de un servicio que no se encuadra en las tareas propias de la Administración, por lo que la Relación de Puestos de Trabajo no contempla estos perfiles profesionales.

Por ello se hace necesaria la contratación de recursos profesionales externos que puedan realizar estos trabajos con la mayor garantía posible, y que reúnan ciertas características específicas.

4. LOTES.

El artículo 99.3 de la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público, indica que el órgano de contratación podrá no dividir en lotes el objeto del contrato cuando existan motivos válidos, que deberán justificarse debidamente en el expediente.

Entre los motivos válidos a efectos de justificar la no división en lotes del objeto del contrato, se cita el siguiente en el apartado b) de dicho artículo: “El hecho de que, la realización independiente de las diversas prestaciones comprendidas en el objeto del contrato dificultara la correcta ejecución del mismo desde el punto de vista técnico; o bien que el riesgo para la correcta ejecución del contrato proceda de la naturaleza del objeto del mismo, al implicar la necesidad de coordinar la ejecución de las diferentes prestaciones, cuestión que podría verse imposibilitada por su división en lotes y ejecución por una pluralidad de contratistas diferentes. Ambos extremos deberán ser, en su caso, justificados debidamente en el expediente”.

El objeto del contrato no trata de prestación de servicios diferenciados, sino de un servicio con un elemento central único que es la elaboración y desarrollo de la estrategia de redes sociales y las consultas relacionadas con estos medios. Por otro lado, el hecho de que el seguimiento se realice sobre diferentes medios o canales de comunicación no supone la prestación de servicios diferenciados, sino que el objeto sigue siendo único.

A este respecto una posible división por lotes dificultaría, desde el punto de vista técnico, la ejecución y coordinación del objeto del contrato, pues el mismo es único, para de esta forma asegurar la integridad y consistencia de la información y actuaciones que se ejecuten. De otra parte no parece conveniente dividir en Lotes el presente contrato, ya que la concurrencia de más de una empresa en la ejecución de las prestaciones dificultaría la necesaria coordinación entre ambas tareas, eliminando sinergias, lo que redundaría en creciente ineficiencia y un mayor gasto.

PABLO VELAZQUEZ NAVARRETE		11/07/2023 12:08:37	PÁGINA: 9 / 20
VERIFICACIÓN	NJyGwZ1O0Mv52r35w04uqLENq0gX9a	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



5. DIRECCIÓN Y ESTRUCTURA DE SEGUIMIENTO.

La persona titular de la Jefatura del Servicio de Programación e Información Juvenil ostentará la Responsabilidad del Contrato por parte del Instituto Andaluz de la Juventud, cuyas funciones serán:

- Dirigir, supervisar y coordinar la realización y desarrollo de los trabajos.
- Coordinar la relación ente personas usuarias del IAJ y personal técnico de la empresa.
- Decidir sobre la aceptación en la modificaciones técnicas propuestas por la empresa a lo largo del desarrollo de los trabajos.
- Aprobar los resultados y certificaciones parciales y totales de la realización de los proyectos; a estos efectos, deberá recibir y analiza los resultados y documentación elaborados a la finalización de cada etapa, pudiendo introducir las modificaciones o correcciones oportunas antes del comienzo de las siguientes, requiriéndose su aprobación final.
- Realizar las certificaciones parciales de los trabajos y la tramitación de la facturación para el pago de los servicios prestados.
- Aprobar el acta de las reuniones de seguimiento del contrato que serán realizadas por la empresa adjudicataria y tendrá lugar, salvo determinación contraria por la Dirección del Contrato, en la sede del IAJ.

6. VALOR ESTIMADO DEL CONTRATO, PRESUPUESTO BASE DE LICITACIÓN Y FORMA.

La determinación del precio se hace a tanto alzado sobre los precios que ofrece el mercado para el grueso de los trabajos, realizándose por unidades de ejecución o unidades de tiempo en los menos. Se ha establecido que, para llevar a cabo los trabajos solicitados sería necesario un equipo formado por, al menos, los siguientes perfiles:

- Perfil 1: Community Manager
- Perfil 2: Diseñador/a gráfico/a y técnico/a de audiovisuales

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

- Para el Perfil 1: 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 (BOE núm. 35, de 16 de febrero de 2016) y la 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).

PABLO VELAZQUEZ NAVARRETE		11/07/2023 12:08:37	PÁGINA: 10 / 20
VERIFICACIÓN	NJyGwZ1O0Mv52r35w04uqLENq0gX9a	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



- Para el Perfil 2: Resolución de 25 de noviembre de 2021, 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 2021-2022. (BOE núm. 294, de 9 de diciembre de 2021). Se revisa el coste para 2023 conforme se establece en su art. 7.3.

A) Cálculo del precio de los trabajos descritos en los apartados 1 al 8 del punto 2 (Objeto del Contrato) de esta Memoria.

En el caso del primer perfil, el convenio aplicable define al Community Manager como la persona encargada de gestionar, dinamizar, construir y moderar comunidades en torno a una marca en los medios sociales.

En el caso del segundo perfil, el convenio define el grupo profesional de preimpresión técnica como aquel que agrupa las prestaciones propias del área de preimpresión que emplean tecnologías y procedimientos informáticos. Establece que se encuadrarían en este grupo las siguientes prestaciones: composición de textos, captación y tratamiento de imágenes, filmación o multimedia, diseño gráfico, tratamiento de sonido y vídeo, así como otras análogas.

Dentro de este grupo hay un perfil denominado Oficial/a cualificado/a de preimpresión técnica, que se define como la persona que domina completamente la tecnología de la preimpresión técnica, interpretando los parámetros del Jefe/Jefa de Equipo, o de quien la empresa designe, y ejecuta con responsabilidad plena cualquiera de las funciones propias de su puesto de trabajo.

Por ello, se ha determinado que este perfil es el más idóneo para llevar a cabo las funciones a realizar por la empresa adjudicataria, relativas tanto al diseño gráfico como a la captación y montaje de videos y demás piezas creativas para redes sociales.

A continuación se muestra el cálculo del salario por hora para ambos perfiles.

Cálculo coste hora de trabajo para el perfil 1:

Semanas/año: 52.

Vacaciones anuales= 22 día hábiles → 4 semanas y 2 días.

Vacaciones locales y del sector= 17 días → 3 semanas y 2 días.

Las vacaciones serán de 8 semanas, en total. De ellas 4 semanas corresponden a la jornada estival de 35 horas y otras 4 semanas corresponden al horario laboral de 37,5 horas.

52 semanas - 8 semanas/vacaciones - 4 semanas/horario de verano = 40 semanas, de jornada laboral de 37,5 horas.

Calculo horas trabajo año empresas de publicidad:

PABLO VELAZQUEZ NAVARRETE		11/07/2023 12:08:37	PÁGINA: 11 / 20
VERIFICACIÓN	NJyGwZ1O0Mv52r35w04uqLENq0gX9a	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



- 40 semanas x 37,5 hora= 1.500 horas.
- 4 semanas x 35 horas= 140 horas.
- El total de horas de trabajo anual en este sector: 1.640 horas.

Según el convenio colectivo consultado, este perfil, incluido dentro del grupo II denominado “Jefaturas”, tiene un nivel salarial 3 y una retribución anual de 20.475,23€.

Si tenemos en cuenta que este trabajador tiene una jornada de 1.640 horas al año, se deduce que el coste de la hora de trabajo, será de 12,48 €/hora (20.475,23 €/1.640h).

Establece el convenio aplicable que, en el caso de las horas extraordinarias, si se remuneraran, se incrementará su valor en un 35% de la cuantía correspondiente a una hora ordinaria. Esto equivale a 16,85 €/hora para este tipo de horas.

Calculo coste hora de trabajo para el perfil 2:

Según el artículo 8.1 del Convenio Colectivo aplicable para este perfil, la jornada anual será de 1.768 horas de trabajo efectivo.

Asimismo, el convenio señala que el perfil de Oficial/a cualificado/a de preimpresión técnica tiene un nivel salarial 9, cuyo coste anual bruto según las tablas salariales será de 21.029,71 €.

Por tanto, podemos deducir que el coste de la hora de jornada de trabajo será de 11,89 €/hora (21.029,71 €/1.768 h).

Para el cálculo del coste de las horas extraordinarias, el Estatuto de los Trabajadores remite al convenio o al contrato de trabajo. Al no prever expresamente el convenio aplicable para este perfil la cuantía de su retribución, y al objeto único de poder hacer una estimación razonable, aplicamos la regla general de incremento en un 75% sobre el precio de la hora ordinaria. Con esto obtenemos un valor de 20,81€/hora.

ESTIMACIÓN DEL COSTE SALARIAL

En el caso del primer perfil, se ha calculado una dedicación media anual de unas 1.300 horas, como en la anterior licitación, al ser similares los trabajos a realizar. En el caso del segundo perfil, y de igual modo, se han estimado necesarias unas 550 horas anuales para llevar a cabo los servicios previstos. En ambos casos, se han previsto 50 horas adicionales, extras, para seguimiento de eventos especiales.

Teniendo en cuenta la estimación de horas y el salario/hora, podemos obtener el coste anual por perfil:

PABLO VELAZQUEZ NAVARRETE		11/07/2023 12:08:37	PÁGINA: 12 / 20
VERIFICACIÓN	NJyGwZ1O0Mv52r35w04uqLENq0gX9a	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



	Salario/hora	Estimación horas anuales	Coste anual
Perfil 1	12,48	1300	16.224,00 €
Perfil 1 (horas extra)	16,85	50	842,50 €
Perfil 2	11,89	550	6.539,50 €
Perfil 2 (horas extra)	20,81	50	1.040,50 €
TOTAL			24.646,50 €

Partiendo de lo anterior, se calculan los gastos de seguros sociales para cada uno de los perfiles:

COSTES SEG SOCIAL	Cc (23,60%)	C. de trabajo y EP (1,7%)	Accidentes de trabajo y EP (1,7%)	Desempleo (6,70%)	Formación Profesional (0,60%)	FOGASA (0,20%)	TOTAL (32,8%)
Perfil 1	4.027,69 €		290,13 €	1.143,46 €	102,40 €	34,13 €	5.597,81 €
Perfil 2	1.788,88 €		128,86 €	507,86 €	45,48 €	15,16 €	2.448,52 €
TOTAL							8.046,33 €

No se efectúa la desagregación por géneros por no existir diferencias retributivas que permitan desagregar los costes salariales por géneros, ni posibilidad de hacerlo por desconocimiento del género del personal a adscribir al contrato.

Por otro lado, como concepto extrasalarial de los trabajadores, se calcula una media de 1 desplazamiento por mes con dieta para cubrir eventos del IAJ, un total de 12 desplazamientos en el periodo de ejecución del contrato.

Como se desconoce el lugar de celebración de los eventos, se ha hecho una estimación según la cual de los 12 desplazamientos la mitad conllevarían pernocta.

En el caso del primer perfil, el convenio establece las cuantías para las dietas (67,40 euros netos/día en los casos con pernocta y 33,73 euros netos/día para cuando no hay pernocta).

Para el caso del segundo perfil es necesario hacer el cálculo ya que el convenio establece en su art. 6.7 que las dietas se abonarán al 75 por 100 de su salario de Convenio, cuando se efectúe una comida fuera de su domicilio, y al 140 por 100, cuando se tenga que comer y pernoctar fuera del mismo.

Calculamos en primer lugar el coste salarial diario según convenio: 21.029,71 € anuales / 365 días = 57,62 €/día

Por tanto, los costes de dietas para el Perfil 2 serán de:

- Dieta sin pernocta: 75% de 57,62 € = 43,22 €/día
- Dieta con pernocta: 140% de 57,62 € = 80,67 €/día

Podemos calcular el coste total de las dietas (6 con pernocta y 6 sin pernocta) para cada perfil:



CALCULOS DIETAS	Dieta sin pernocta (euros/día)	Dieta con pernocta (euros/día)	Coste total (6 dietas sin pernocta + 6 con pernocta)
Perfil 1	33,73	67,4	606,78 €
Perfil 2	43,22	80,67	743,30 €
		TOTAL	1.350,08 €

Para calcular el presupuesto de estos trabajos concretos, a los costes directos se añaden los gastos generales (13% de los costes directos) que se han obtenido teniendo en cuenta los gastos de oficina, de otros materiales, amortización de equipos, intereses bancarios y tributos, y el beneficio industrial (6% de los costes directos), resultando:

COSTES DIRECTOS	Gastos generales (13%)	Beneficio Industrial (6%)	TOTAL excl IVA
34.042,91 €	4.425,58 €	2.042,57 €	40.511,06 €

B) Cálculo del precio de los trabajos descritos en el apartado 9 del punto 2 (Objeto del Contrato) de esta Memoria, compra de anuncios pagados (ADs) en RRSS para publicitar publicaciones del IAJ.

El importe de la inversión en publicidad (ADs) que deberá efectuar la empresa adjudicataria en las diferentes Redes Sociales, a demanda del IAJ que lo solicitará conforme a las necesidades que advierta de reforzar la comunicación de determinadas actuaciones, se estima en 267,75 € al mes conforme a las actuaciones realizadas o propuestas en ejercicios anteriores. La determinación del precio de publicidad se ha hecho atendiendo al precio general de mercado y a acciones publicitarias similares, de conformidad con lo establecido en el art. 102 de la Ley 9/2017 de 8 de noviembre de Contratos del Sector Público. No se ha procedido al desglose de los elementos que forman parte de la publicidad sino a la determinación de una cuantía a tanto alzado al mes, en tanto que esta prestación va a estar subordinada a las necesidades de la Administración, de conformidad con lo establecido en la Disposición adicional trigésima tercera de la mencionada Ley de Contratos.

A dicha inversión mensual estimada en ADs la adjudicataria aplicará un recargo en concepto de comisión de agencia, conforme al uso del mercado, que como máximo será del 10,00%. Dicha comisión viene a compensar sus gastos de gestión y generales, y contempla asimismo su beneficio industrial. Asumiendo dicho recargo, en línea con lo ofertado generalmente en el mercado, el coste total de estos trabajos será de **3.534,30 €/año** (IVA excluido).

COSTE DIRECTO COMPRA ADs	Comisión de agencia (10,00%)	TOTAL excl IVA
3.213,00 €	321,30 €	3.534,30 €



C) Cálculo del precio de los trabajos descritos en el apartado 10 del punto 2 (Objeto del Contrato) de esta Memoria, trabajos de edición y maquetación de publicaciones del IAJ para su posterior difusión en RRSS.

Se contemplado una bolsa de horas para trabajos de edición y maquetación de publicaciones del IAJ para su posterior difusión en RRSS. Atendiendo a los trabajos realizados en ejercicios anteriores se puede estimar una necesidad de unas 220 horas durante la vigencia del contrato, debiendo ser prestados esos servicios por la persona Perfil 2. Atendiendo al cálculo ya realizado en la letra A) del coste/hora medio para el perfil, 16.7142 €/h incluidos seguros sociales, asumiendo la misma proporción de horas normales o extras para este trabajador, el coste directo por ese concepto será de **3.677,12 €** (IVA excluido).

Para calcular el presupuesto de estos trabajos concretos, a los precitados costes directos se añadirán los gastos generales (13% de los costes directos) que se han obtenido teniendo en cuenta los gastos de oficina, de otros materiales, amortización de equipos, intereses bancarios y tributos, y el beneficio industrial (6% de los costes directos), resultando:

COSTES DIRECTOS	Gastos generales (13%)	Beneficio Industrial (6%)	TOTAL excl IVA
3.677,12 €	478,03 €	220,63 €	4.375,78 €

Conforme a lo anterior, es posible relacionar en la siguiente tabla resumen de los costes para el total del conjunto de los trabajos objeto del contrato:

Coste directo de los trabajos periódicos (total para los dos perfiles)

Coste salarial	24.646,50 €
Costes Seguridad Social	8.046,33 €
Costes de dietas	1.350,08 €

Coste directo de los trabajos no periódicos de maquetación/edición

Trabajos de maquetación/edición	3.677,12 €
---------------------------------	------------

TOTAL (Costes directos, excl IVA)	37.720,03 €
-----------------------------------	--------------------

Trabajos periódicos en RRSS & no periódicos de maquetación/edición	COSTES DIRECTOS	Gastos generales (13%) + Beneficio industrial (6%)	TOTAL excl IVA	IVA (21%)	TOTAL incl IVA
	37.720,03 €	7.166,81 €	44.886,84 €	9.426,24 €	54.313,08 €

A lo que se añade:

Inversión en publicidad (ADs)	COSTE COMPRA Ads	Comisión agencia (10%)	TOTAL excl IVA	IVA (21%)	TOTAL incl IVA
	3.213,00 €	321,30 €	3.534,30 €	742,20 €	4.276,50 €



Por lo expuesto se concluye el siguiente **presupuesto base de licitación del contrato**:

PRESUPUESTO BASE DE LICITACIÓN SIN IVA	48.421,14 €
IVA (21%)	10.168,44 €
PRESUPUESTO BASE DE LICITACIÓN CON IVA	58.589,58 €

El valor estimado del contrato (VEC) (art. 101 LCSP) coincide con el presupuesto base de licitación (sin IVA) al no considerarse en el expediente ni posibles prórrogas ni modificaciones al alza.

En cuanto al abono del precio se refiere, se realizará mediante pagos parciales previa presentación de factura por la entidad adjudicataria, en la que se identificará los trabajos realizados y/o finalizados, y cuando corresponda el periodo facturado, debiendo dar el responsable del contrato conformidad a la misma toda vez que se hayan realizado a total y plena satisfacción.

En el caso de los trabajos descritos en los apartados del 1º al 8º del punto 2) OBJETO DEL CONTRATO de esta Memoria, con carácter mensual la empresa adjudicataria facturará, con carácter fijo, una doceava parte del importe total para doce meses ofertado como contraprestación por la ejecución de ese conjunto de trabajos. En relación con los trabajos que se soliciten a demanda del IAJ, de los descritos en los apartados 9º y 10º del citado punto 2) OBJETO DEL CONTRATO, la empresa adjudicataria facturará el importe de determinados trabajos una vez ejecute en su totalidad tales trabajos.

La distribución del gasto por anualidades y partida presupuestaria será como sigue:

ANUALIDAD	PARTIDA PRESUPUESTARIA	IMPORTE
2023	G/32F/22612/00	13.149,05 €
2024	G/32F/22612/00	45.440,53 €

7. REVISIÓN DE PRECIOS.

En base a lo dispuesto en el artículo 103 de la Ley 9/2017 (LCSP), el presente contrato no será objeto de revisión periódica de precios.



8. CONDICIÓN ESPECIAL DE EJECUCIÓN.

De conformidad con lo dispuesto en el artículo 202, y concordantes de la LCSP, se establece la siguiente condición especial de ejecución en el presente contrato:

Es condición especial de ejecución que la empresa adjudicataria establezca medidas que favorezcan la conciliación de la vida personal y laboral de las personas trabajadoras adscritas a la ejecución del contrato mediante la adopción durante la ejecución del contrato medidas que la faciliten.

Dichas medidas, que afectarán al personal adscrito a la ejecución del contrato, estarán adaptadas a sus necesidades concretas de conciliación y podrán consistir en alguna de las siguientes:

- 1.- Teletrabajo: trabajo a distancia sin estar de forma permanente en el puesto de trabajo y haciendo uso de las nuevas tecnologías.
- 2.- No establecer reuniones en tiempos límites de descanso.

Con el fin de dar cumplimiento a esta condición especial de ejecución del contrato, la empresa adjudicataria deberá acreditar al inicio de la ejecución del contrato la planificación de las acciones a realizar en relación con el personal vinculado a la ejecución del contrato, así como su contenido.

Antes de la finalización del contrato, la empresa adjudicataria deberá aportar a la persona responsable del contrato un informe detallado sobre las actuaciones realizadas con determinación de su alcance y destinatarios.

Se considera que esta condición esencial de ejecución está relacionada con el objeto del contrato, puesto que éste se desarrolla dentro de una actividad, la del seguimiento de los medios de comunicación, en la que es característica esencial de la prestación es la inmediatez en su ejecución (desde que aparece la noticia, hasta su puesta a disposición de la Administración), siendo necesario que se tomen medidas por parte del contratista para que, sin menoscabo del servicio contratado, se dé cabida a la conciliación familiar de las personas adscritas a la ejecución del contrato. Asimismo esta condición esencial de ejecución respeta los principios comunitarios de la contratación pública de concurrencia, libertad de acceso a las licitaciones, publicidad y transparencia en los procedimientos, y no discriminación e igualdad de trato entre los licitadores.

9. CRITERIOS DE ADJUDICACIÓN.

Se han seleccionado como criterios de adjudicación del contrato los cuantificables mediante la aplicación de fórmulas, al considerar que las prestaciones objeto del mismo están perfectamente definidas en el Pliego de Prescripciones Técnicas, y no es posible variar los plazos de entrega ni introducir modificaciones de ninguna clase en el contrato.

PABLO VELAZQUEZ NAVARRETE		11/07/2023 12:08:37	PÁGINA: 17 / 20
VERIFICACIÓN	NJyGwZ1O0Mv52r35w04uqLENq0gX9a	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



A) Proposición económica (máx. 92 puntos)

La valoración total en este apartado será la suma simple de la obtenida en los tres siguientes.

a.1.- En relación con los trabajos descritos en los apartados 1 al 8 (Gestión, dinamización y monitorización de los perfiles del IAJ, escucha activa, cobertura de eventos, notas de prensa, etc) del punto n.º 2) OBJETO DEL CONTRATO de esta Memoria (máx. 84 puntos)

La máxima puntuación (84 puntos) la obtendrá la oferta económica más baja de las admitidas, y la mínima puntuación (0 puntos) la obtendrá la oferta económica que coincida con el Presupuesto para el conjunto de esos trabajos que se determina en los cálculos del presupuesto del contrato, esto es 40.511,06 euros excl IVA. Las ofertas intermedias tendrán la puntuación que les corresponda de acuerdo con un criterio de proporcionalidad lineal entre los valores máximos (máxima puntuación), y mínimos (mínima puntuación) indicados anteriormente.

Se aplicará la siguiente fórmula para la obtención de la puntuación (X) de cada oferta económica:

$$X = \frac{Max \times (PL - OF)}{PL - OMB}$$

siendo,

PL: Presupuesto de esos trabajos en los cálculos del presupuesto del contrato (40.511,06 €).

Max: Puntuación máxima de la proposición económica (84 puntos)

OMB: Oferta Más Baja (en euros)

Of: Oferta económica de la empresa (en euros)

a.2.- En relación con los trabajos puntuales descritos en el apartado 9 (compra de anuncios pagados Ads) del punto n.º 2) OBJETO DEL CONTRATO Y DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO del Pliego de Prescripciones Técnicas (máx. 3 puntos)

Se otorgará la máxima puntuación (3 puntos) al recargo (%) sobre la inversión publicitaria realizada más bajo ofertado de las ofertas admitidas, y la mínima puntuación (0 puntos) la obtendrá el recargo (%) que coincida con el 10,00%. Las ofertas intermedias tendrán la puntuación que les corresponda de acuerdo con un criterio de proporcionalidad lineal entre los valores máximos (máxima puntuación), y mínimos (mínima puntuación) indicados anteriormente.

$$X = \frac{Max \times (PL - OF)}{PL - OMB}$$

siendo,

PL= Recargo máximo aceptado sobre la inversión publicitaria (10,00%)

Max= Puntuación máxima de la proposición económica (3 puntos)

OMB= Oferta Más Baja (porcentaje con dos decimales).

Of= Oferta económica de la empresa (porcentaje con dos decimales)

El recargo ofertado no puede ser inferior a 0,00% ni superar el 10,00%, y se expresará siempre con dos decimales. Si el recargo ofertado fuera superior al 10,00%, se entenderá que se oferta el 10,00%.

PABLO VELAZQUEZ NAVARRETE		11/07/2023 12:08:37	PÁGINA: 18 / 20
VERIFICACIÓN	NjyGwZ1O0Mv52r35w04uqLENq0gX9a	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



a.3.- En relación con los trabajos puntuales descritos en el apartado 10 (edición y maquetación de documentos para difusión en RRSS) del punto n.º 2) OBJETO DEL CONTRATO Y DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO del Pliego de Prescripciones Técnicas (máx. 5 puntos)

La máxima puntuación (5 puntos) la obtendrá la oferta económica (eur/hora de trabajador de perfil 2, excl IVA) más baja de las admitidas, y la mínima puntuación (0 puntos) la obtendrá la oferta económica que coincida con el importe en eur/hora de trabajador de perfil 2 empleado en los cálculos del presupuesto del contrato (incluido seguros sociales), esto es 16,71 euros excl IVA. Las ofertas intermedias tendrán la puntuación que les corresponda de acuerdo con un criterio de proporcionalidad lineal entre los valores máximos (máxima puntuación), y mínimos (mínima puntuación) indicados anteriormente.

Se aplicará la siguiente fórmula para la obtención de la puntuación (X) de cada oferta económica:

$$X = \frac{Max \times (PL - OF)}{PL - OMB}$$

siendo,

PL: Eur/hora de trabajador de perfil 2, incluidos seguros sociales y excl IVA, empleado como referencia en el cálculo del presupuesto del contrato (16,71 €/hora)

Max: Puntuación máxima de la proposición económica (5 puntos)

OMB: Oferta Más Baja (Euros/hora, excl IVA)

Of: Oferta económica de la empresa (Euros/hora, excl IVA)

B) MEJORAS sobre los mínimos establecidos en el PPT (Máx. 8 puntos)

La valoración total en este apartado será la suma simple de la obtenida en los dos siguientes.

b.1.- Elaboración de un audiovisual para RRSS de presentación de la actividad general del IAJ, de entre uno y tres minutos de duración. (4 puntos si se compromete a cumplir esta mejora)

Se facilitará en diversos formatos que permitan su publicación en la web corporativa así como su difusión en los diversos perfiles de redes sociales. El mismo deberá dar cumplimiento a todo lo establecido en materia de Identidad Corporativa de la Junta de Andalucía (subtitulado, cierre corporativo, mosca institucional...)

b.2.- Puesta a disposición del IAJ de un banco de imágenes y clips de video de jóvenes, que no sea de acceso gratuito, para su inserción en el material que se genere. (4 puntos si se compromete a cumplir esta mejora)

Las empresas que presenten sus ofertas habrán de presentar, en relación con las mejoras que vayan a llevar a cabo, un documento de compromiso cuya presentación le otorgará la totalidad de los puntos establecidos en cada mejora, no existiendo una posible ponderación. Se ha tenido en cuenta su relación directa con el objeto del contrato, no alterando ni el objeto ni la naturaleza de las prestaciones del contrato.

PABLO VELAZQUEZ NAVARRETE		11/07/2023 12:08:37	PÁGINA: 19 / 20
VERIFICACIÓN	NJyGwZ1O0Mv52r35w04uqLENq0gX9a	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	



10. PROCEDIMIENTO DE ADJUDICACIÓN.

De acuerdo con lo dispuesto en el artículo 131.2 en relación con lo señalado en el artículo 159.6 de la Ley 9/2017 (LCSP), la adjudicación se realizará mediante el procedimiento ABIERTO SIMPLIFICADO ABREVIADO, que todo empresario/a interesado/a podrá presentar una proposición, quedando excluida toda negociación de los términos del contrato con los licitadores, como procedimiento ordinario que garantiza una mayor concurrencia de ofertas.

11. DURACIÓN DEL CONTRATO.

La duración del contrato será de 12 meses, sin posibilidad de prórroga.

Sevilla, a la fecha de la firma electrónica.

PABLO VELAZQUEZ NAVARRETE		11/07/2023 12:08:37	PÁGINA: 20 / 20
VERIFICACIÓN	NJyGwZ1O0Mv52r35w04uqLENq0gX9a	https://ws050.juntadeandalucia.es/verificarFirma/	