



ACUERDO DEL TRIBUNAL DE VALORACIÓN NÚMERO 1, DE FECHA 22 DE JULIO DE 2020, POR EL QUE SE PUBLICA CON CARÁCTER PROVISIONAL LA CALIFICACIÓN DEL EJERCICIO TEÓRICO-PRÁCTICO DE LA CATEGORÍA PROFESIONAL **TÉCNICO/A ESPECIALISTA DE PRENSA E INFORMACIÓN. DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN (CÓDIGO 3251)**, CORRESPONDIENTE A LA CONVOCATORIA EFECTUADA POR RESOLUCIÓN DE 26 DE NOVIEMBRE DE 2018, PARA LA PROVISIÓN POR ACCESO LIBRE DE PLAZAS VACANTES DE PERSONAL LABORAL.

Una vez finalizado el plazo de presentación de reclamaciones contra el Acuerdo de este Tribunal de Valoración de fecha 20 de noviembre de 2019, estudiadas las impugnaciones interpuestas contra el mismo y llevada a cabo la calificación del ejercicio teórico-práctico de la categoría profesional **Técnico/a Especialista de Prensa e Información. Dirección de Comunicación (Código 3251)**, correspondiente a la convocatoria efectuada por Resolución de 26 de noviembre de 2018, para la provisión, por acceso libre mediante el sistema de concurso-oposición, de plazas vacantes de Personal Laboral pertenecientes a los Grupos I, II, III y IV del Convenio Colectivo del Personal Laboral de las Universidades Públicas de Andalucía, este Tribunal de Valoración ACUERDA:

PRIMERO.- Estimar las reclamaciones presentadas contra la pregunta 7 del ejercicio celebrado el 20 de noviembre de 2019, por lo que se procede a la anulación de dicha cuestión, según consta en el Anexo I que se acompaña al presente Acuerdo. Igualmente se ha estimado la reclamación contra la pregunta 33, considerándose como opción correcta la B. En consecuencia, la corrección del ejercicio se lleva a cabo sobre un total de 49 preguntas.

SEGUNDO.- Desestimar el resto de las impugnaciones formuladas, conforme a los fundamentos que se reflejan en el citado Anexo I.

TERCERO.- Proceder a publicar con carácter provisional la calificación obtenida por los participantes admitidos en el único ejercicio del que consta la fase de oposición de este proceso selectivo. Las personas interesadas podrán hacer la consulta personalizada a través del enlace: <https://recursoshumanos.us.es/index.php?page=solicitudes/consulta/formulario>.

Conforme a lo establecido en la Base 6.2 de la convocatoria, será necesario obtener al menos 32,5 puntos para superar el ejercicio.

Contra este Acuerdo las personas interesadas podrán presentar reclamaciones en el plazo de diez días hábiles, contados a partir del siguiente a su publicación.

Sevilla, 22 de julio de 2020.

LA PRESIDENTA DEL TRIBUNAL DE VALORACIÓN Nº 1,

Fdo.: Graciela Fernández de Bobadilla Coloma.

Código Seguro De Verificación	V4tFRYjCR3b3s7tCtq47KA==	Fecha	23/07/2020
Firmado Por	GRACIELA FERNANDEZ DE BOBADILLA COLOMA		
Url De Verificación	https://pfirma.us.es/verifirma/code/V4tFRYjCR3b3s7tCtq47KA==	Página	1/6





ANEXO I

PLAZA: TÉCNICO/A ESPECIALISTA DE PRENSA E INFORMACIÓN. DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN (CÓDIGO 3251).

RESPUESTAS A LAS RECLAMACIONES PRESENTADAS

PREGUNTA Nº 7

GARCÍA GONZÁLEZ, LUIS
GÓMEZ BIZCOCHO, RAÚL
MATEOS NUÑEZ, EVA

Un stakeholder es el público de interés para una empresa que permite su completo funcionamiento, es decir, todas las personas u organizaciones que se relacionan con las actividades y decisiones de una empresa como: empleados, proveedores, clientes, gobierno, entre otros. Todos ellos pueden ser público. Desde los clientes hasta los accionistas, todos tienen un valor elevado para el negocio y sus deseos y demandas repercuten directamente en los resultados de tu organización.

Sin embargo entiendo tras la exposición de los reclamantes que la respuesta no se ajusta completamente a la definición dada como cierta.

Por lo expuesto anteriormente se ESTIMA la reclamación, por lo que la pregunta 7 queda ANULADA.

PREGUNTA Nº 10

VÁZQUEZ ENCINA, LAURA

Independientemente del plan de marketing elegido, para la contratación de una campaña digital se prioriza el **número de impresiones**. Es decir, el número de veces que el anuncio es mostrado al público sin necesidad de una interacción directa de éste como podría ser un click o conversión.

El Coste por mil impresiones (CPM) es el coste de una campaña publicitaria en la web relacionada directamente con el número de veces que se muestra un anuncio (impresiones). Suele ser el modelo de coste más utilizado en las campañas de reconocimiento de marca, también llamadas de branding. Este modelo de coste asegura que el anuncio se ha mostrado un número de veces por el que se paga.

La contratación de una campaña publicitaria en un medio digital se realiza mediante el número de impresiones, como puede contrastarse en las tarifas. El número de veces compartido no es una opción (respuesta b). El tamaño del banner y el tiempo de aparición (respuestas c y d) pueden considerarse criterios añadidos a la contratación, pero lo que determina el precio es el número de impresiones.

Por todo lo expuesto anteriormente se DESESTIMA la reclamación.

Código Seguro De Verificación	V4tFRYjCR3b3s7tCtq47KA==	Fecha	23/07/2020
Firmado Por	GRACIELA FERNANDEZ DE BOBADILLA COLOMA		
Url De Verificación	https://pfirma.us.es/verifirma/code/V4tFRYjCR3b3s7tCtq47KA==	Página	2/6





PREGUNTA Nº 12

GARCÍA GONZÁLEZ, LUIS
GÓMEZ BIZCOCHO, RAÚL
MATEOS NUÑEZ, EVA
NIETO NAVIA, LAURA

La pregunta 12 dice: “La base de un plan de choque en una gestión de crisis en la Universidad radica en:”

Esa pregunta sitúa la crisis específicamente en la Universidad de Sevilla, y la base de un plan de choque parte, como dice la respuesta c) de “la formación inmediata de un equipo de gestión de crisis elegido por el rector que asuma la responsabilidad de afrontar el problema y del que emanará las decisiones para la urgente normalización de la situación”. El rector es la máxima autoridad de la institución por lo que debe ser él quien determine la formación del equipo de gestión que identifique, la analice y la gestione

La pregunta d) no puede darse por válida porque, en primer lugar, para realizar el análisis, primero tiene que componerse un equipo de gestión que realice el citado análisis. Y el segundo lugar, hay casos en los que estas crisis no llegan a los medios de comunicación por ser problemas internos o por gestionarse de forma interna.

Por todo lo expuesto anteriormente se DESESTIMAN las reclamaciones.

PREGUNTA Nº 19

PUENTE COBACHO, ALICIA DE LA

Las respuestas a) c) y d) son del todo incorrectas ya que ninguno de las respuestas se ajusta a la convocatoria.

La respuesta correcta, la b) se extrae literalmente de la convocatoria. Es una selección del párrafo, tal como se muestra a continuación, pero de forma literal. Por lo que no hay duda de que es la respuesta correcta: *Podrán beneficiarse de esta convocatoria personas refugiadas o solicitantes de asilo, así como personas que hayan solicitado el acceso a los estudios y que procedan de países receptores de la Ayuda Oficial al Desarrollo de bajo índice de desarrollo humano (IDH) o de zonas desfavorecidas de países de índice de desarrollo medio que quieran realizar estudios en la US.*

Por todo lo expuesto anteriormente SE DESESTIMA la reclamación.

PREGUNTA Nº 32

VÁZQUEZ ENCINA, LAURA

Por el contenido de la reclamación, la reclamante no se refiere a la pregunta 32 sino a la 33. La reclamación contra esta pregunta queda contestada en la pregunta nº 33.

Código Seguro De Verificación	V4tFRYjCR3b3s7tCtq47KA==	Fecha	23/07/2020
Firmado Por	GRACIELA FERNANDEZ DE BOBADILLA COLOMA		
Url De Verificación	https://pfirma.us.es/verifirma/code/V4tFRYjCR3b3s7tCtq47KA==	Página	3/6





PREGUNTA Nº 33

GÓMEZ BIZCOCHO, RAÚL

MATEOS NUÑEZ, EVA

PUENTE COBACHO, ALICIA DE LA

GARCÍA GONZÁLEZ, LUIS (error del interesado: no es la pregunta 34, es la 33)

VÁZQUEZ ENCINA, LAURA (error de la interesada: no es la pregunta 32, es la 33)

Ciertamente Google + ya no existe, por lo que Google no puede considerarse una red social.

Por ello se ESTIMAN las reclamaciones, por lo que en la pregunta 33 la respuesta correcta cambia a la opción b), y no es correcta la opción a).

PREGUNTA Nº 34

GARCÍA GONZÁLEZ, LUIS

Por el contenido de la reclamación, el reclamante no se refiere a la pregunta 34 sino a la 33. La reclamación contra esta pregunta queda contestada en la pregunta nº 33.

NIETO NAVIA, LAURA

El Manual de Uso y Estilo de Redes Sociales de la Universidad de Sevilla en la página 35 indica de forma específica que “Como norma general los perfiles sociales de la Universidad de Sevilla deben actualizarse de forma diaria y esto incluye también la respuesta de comentarios y mensajes directos”, tal como se lee en la respuesta correcta, la b).

Las respuestas a) c) y d) no son correctas. Las redes sociales, al contrario que la página web, no puede mantener siempre un tono institucional y académico, ya que resultaría difícil para la captación de seguidores. Tampoco debe mantener siempre la misma biografía, debe ir cambiando en función de las campañas e intereses institucionales. Y en ningún caso puede hacer propios los contenidos de otros.

Por todo lo expuesto anteriormente se DESESTIMA la reclamación.

PREGUNTA Nº 35

LEÓN DUEÑAS, SERGIO DAVID

PUENTE COBACHO, ALICIA DE LA

Los usuarios de las redes sociales que deciden seguir las publicaciones de otro usuario – persona, marca o institución– en una determinada plataforma social, son llamados followers o seguidores. El hecho de que Facebook les denomine ‘personas’ en su red social, no invalida el término. En el propio Manual de Uso y Estilo de Redes Sociales de la Universidad de Sevilla, en el capítulo 5. Dedicado a Facebook (pg 42) indica que La

Código Seguro De Verificación	V4tFRYjCR3b3s7tCtq47KA==	Fecha	23/07/2020
Firmado Por	GRACIELA FERNANDEZ DE BOBADILLA COLOMA		
Url De Verificación	https://pfirma.us.es/verifirma/code/V4tFRYjCR3b3s7tCtq47KA==	Página	4/6





Universidad de Sevilla cuenta con una cuenta institucional oficial que tiene más de 70.000 seguidores”. La única cuenta válida en Facebook es además @universidaddeSevillaoficial, por lo que la respuesta a) es la correcta. Por todo lo expuesto anteriormente se DESESTIMAN las reclamaciones.

PREGUNTA Nº 37

VÁZQUEZ ENCINA, LAURA

En la pregunta 37 leemos: **“Cuando un usuario realiza un comentario negativo en las redes sociales de la institución, mencionando directamente la cuenta oficial, la actuación correcta es:”**

El enunciado hace referencia específicamente a “comentarios negativos”, por lo que la única respuesta posible es la b). Todas las quejas (por norma general) deben ser contestadas y los servicios afectados, informados.

La reclamante considera también como válida la respuesta c) que habla de normas de uso de las diferentes redes sociales.

c) *“ Hay normas de uso de las cuentas en las diferentes redes sociales que indican no contestar comentarios y críticas que se dirijan de forma irrespetuosa”*

Esta respuesta no es válida porque las redes sociales permiten bloquear, reportar, denunciar, etc, pero no tienen normas de uso específicas. Lo que dice el Manual de la US es “la conveniencia de establecer normas de uso en nuestras cuentas en las diferentes redes sociales con el objeto de evitar comentarios irrespetuosos y la utilización de un lenguaje poco apropiado”

Por todo lo expuesto anteriormente se DESESTIMA la reclamación.

PREGUNTA Nº 39

LEÓN DUEÑAS, SERGIO DAVID

El uso del plural en el enunciado hace referencia a las ‘redes sociales generalistas’, y en las respuestas hay tres en singular, y una en plural. Aunque la pregunta se hubiera formulado *“ Entre las redes sociales generalistas, ¿Cual o cuales son las más adecuadas para la divulgación científica? ”* no afectaría en modo alguno a la respuesta.

DivulgaRed a) y los blogs científicos c) no son redes sociales generalistas y LinkedIn es una comunidad social orientada a las empresas. La opción b), twitter, es la única correcta. Por todo lo expuesto anteriormente se DESESTIMA la reclamación.

Código Seguro De Verificación	V4tFRYjCR3b3s7tCtq47KA==	Fecha	23/07/2020
Firmado Por	GRACIELA FERNANDEZ DE BOBADILLA COLOMA		
Url De Verificación	https://pfirma.us.es/verifirma/code/V4tFRYjCR3b3s7tCtq47KA==	Página	5/6





PREGUNTA Nº 42

PUENTE COBACHO, ALICIA DE LA

En la GUÍA PREVENTIVA PARA LOS EMPLEADOS PÚBLICOS DE LA UNIVERSIDAD DE SEVILLA Edición 4ª, (revisada el 11-12-2018) publicada en sitio web del SEPRUS, figura, en su punto 12, página 13 el siguiente texto:

¿Cómo debo actuar ante un incendio/evacuación en mi lugar de trabajo?

- Si detecta un incendio comuníquelo rápidamente a través de los pulsadores de alarma existentes o bien comuníquelo a la conserjería (Centro de control interno de emergencias) para que se active la emergencia del centro. Si no los localiza llame a los servicios de emergencia 112 o a bomberos.

Independientemente de que la estandarización y protocolización de las actuaciones en los casos de emergencia no ralentizan, retardan o demoran la respuesta necesaria, sino que, por el contrario, la agilizan; puesto que la pregunta en cuestión se refiere al contenido de la Guía preventiva, ha de darse necesariamente por correcta la opción B, tal y como se ha publicado en la plantilla.

PREGUNTA Nº 49

PUENTE COBACHO, ALICIA DE LA

Tras el estudio de la reclamación presentada, se considera que de las cuatro opciones posibles, sólo hay una opción correcta y por lo tanto no cabe interpretación ni confusión ya que la cuestión planteada es **quién está legitimado** y las opciones posibles son redactadas en singular.

LEY ORGÁNICA 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva de mujeres y hombres.

Artículo 12. Tutela judicial efectiva.

1. Cualquier persona podrá recabar de los tribunales la tutela del derecho a la igualdad entre mujeres y hombres, de acuerdo con lo establecido en el artículo 53.2 de la Constitución, incluso tras la terminación de la relación en la que supuestamente se ha producido la discriminación.

2. La capacidad y legitimación para intervenir en los procesos civiles, sociales y contencioso-administrativos que versen sobre la defensa de este derecho corresponden a las personas físicas y jurídicas con interés legítimo, determinadas en las Leyes reguladoras de estos procesos.

3. La persona acosada será la única legitimada en los litigios sobre acoso sexual y acoso por razón de sexo.

Código Seguro De Verificación	V4tFRYjCR3b3s7tCtq47KA==	Fecha	23/07/2020
Firmado Por	GRACIELA FERNANDEZ DE BOBADILLA COLOMA		
Url De Verificación	https://pfirma.us.es/verifirma/code/V4tFRYjCR3b3s7tCtq47KA==	Página	6/6

