

DUDA 1:

CONSULTAS 1: PRESENCIALIDAD y SERVICIOS DE LA BOLSA DE PRODUCCIÓN

- No nos queda claro el volumen de eventos o actividades que requieren presencialidad. ¿Debemos fijarnos en las cantidades desglosadas de la tabla de BOLSA DE PRODUCCIÓN del PCAP (página 74)?
- ¿Dónde suelen ubicarse los eventos que requieren presencialidad? ¿con qué periodicidad?
- **Organización de evento de proyectos especiales:** total 38 ¿qué participación/responsabilidades se requiere por parte del adjudicatario? ¿se requiere en los 38 eventos presencialidad física? ¿Dónde se ubicaran los eventos, por todo el territorio andaluz?
- **Diseño, montaje y adecuación de Stand Avanzado:** total 9,5 ¿Se trata de asistencia presencial en ferias? ¿qué se entiende por "stand avanzado" qué medidas y características serían? ¿qué se entiende por "adecuación" del stand?
- **Actividad de promoción y difusión en el territorio básica:** total 190: ¿a qué se refieren con este servicio? ¿qué son las actividades de promoción en territorio básica? ¿es todo presencialidad, y en qué ubicaciones? ¿pueden poner ejemplos específicos de estas actividades en territorio de años anteriores?
- **Actividad de promoción y difusión en el territorio avanzada:** total 28,5: ¿a qué se refieren con este servicio? ¿qué son las actividades de promoción en territorio avanzada? ¿es todo presencialidad, y en qué ubicaciones? ¿pueden poner ejemplos específicos de estas actividades en territorio de años anteriores?
- **Producción de material de difusión:** total 95 ¿qué costes y servicios conlleva la producción? ¿en qué formatos? ¿requiere distribución o sólo entrega final a la UEX? ¿los materiales en versión digital o física y en qué casos?

CONSULTAS 2: SERVICIO EMAIL MARKETING , AUTOMATIZACIÓN y BOLSA DE HERRAMIENTAS

- En el PPT se indica "Las comunicaciones electrónicas se gestionan a través de la herramienta **Mautic**" . ¿se mantendría? ¿tiene algún coste o es gratuita? ¿Se harían cargo del coste de licencia del uso de esta herramienta o entra dentro del presupuesto del contrato?
- ¿Qué volumen de contactos dispone su BBDD actual?
- En los pliegos se indica que existe una **BOLSA PARA HERRAMIENTAS** , concretamente en el PPT se indica: "*se dispondrá de una partida presupuestaria específica para la puesta a disposición de la iniciativa de herramientas avanzadas orientadas a la ejecución y seguimiento de las actuaciones de comunicación. El uso de estas herramientas supondrá la automatización de diversas tareas que se desarrollaban manualmente, lo que supondrá una prestación más eficiente de los recursos destinados al proyecto. Del mismo modo, disponen de funcionalidades avanzadas que repercutirán en una considerable mejora en la calidad de los servicios prestados.* Se estima que en torno al **0,4% del importe de licitación** irá destinado a esta necesidad."
- En el PCAP, se indica "con respecto a la partida destinada a la herramienta de e-mail e inbound marketing, se parte del precio de 77,79€/unidad de producción

para el concepto "HERRAMIENTA DE MARKETING ONLINE Y GESTIÓN DE CLIENTES ESPECIALIZADA" . Además, en la tabla de la página 75 del PCAP se indica un total de unidades de 19 , por tanto un total de 1.481,37€ ¿se trata de mensualidades, es decir, un precio/unitario por suscripción mensual a herramientas? Encontramos DISCREPANCIAS entre en PPT y el PCAP en la asignación presupuestaria de este servicio: el PCAP limita la dotación de herramientas a un importe total de 1.481,37€ ¿cuál sería el importe de la estimación indicada en el PPT "Se estima que en torno al **0,4% del importe de licitación** irá destinado a esta necesidad." Si se trata de aplicar el cuatro por ciento del importe de licitación, la cuantía alcanza un importe de: $341.801€ * 0.04 = 13.672€$ ¿cuál es la dotación o interpretación correcta? **¿es un error sustancial del pliego?**

- Por otro lado, ¿la bolsa para herramientas está orientada para analítica de resultados o a la automatización propiamente de la prestación del servicio, como por ejemplo, para servicio de email marketing, marketing automation, flujos de trabajo o secuencias de correos automatizadas...? No nos queda claro la orientación de esta dotación económica a qué tipo de herramienta sería. ¿pueden poner ejemplos de herramientas del mercado que tengan en mente que entren dentro de ese precio unitario?

- ¿Qué tipos de automatizaciones en el servicio de comunicación y marketing han desarrollado hasta el momento?

CONSULTAS 3: SOLVENCIA Y EQUIPO PROFESIONAL ADSCRITO

- SOLVENCIA ECONÓMICA:¿pueden indicar cuál es la anualidad media de referencia?

- SOLVENCIA TÉCNICA: **hemos encontrado un error en los pliegos**. En la página 72 del PCAP se incluye un perfil "**MAQUETADOR WEB**" con un precio/hora de 27€, pero después este perfil desaparece del resto de tablas. ¿no se han tenido en cuenta las necesidades de maquetación web en el cálculo del presupuesto? ¿hay que suscribir este perfil al equipo? El perfil de Maquetador Web no aparece ni en la estimación de presupuesto ni en el criterio de adjudicación de precios unitarios.

- ¿Puede una misma persona desempeñar las funciones de varios perfiles requeridos?

- No entendemos muy bien el **equipo profesional mínimo para acreditar la solvencia** y adscribir al contrato.

Por un lado, en la página 71 del PCAP se realiza un desglose de 12 perfiles (contando con el Maquetador web) para el cálculo del presupuesto.

Por otro lado, en la página 80 del PCAP para la SOLVENCIA PROFESIONAL se indica "El licitador deberá aportar declaración jurada por parte del Responsable de la empresa que certifique que el equipo de trabajo propuesto cumple con los siguientes requisitos" y se incluye una tabla con los perfiles, titulaciones y experiencias mínimas.

Por último, en la página 83 apartado 4.F. COMPROMISO DE DEDICACIÓN DE LOS MEDIOS PERSONALES Y/O MATERIALES SUFICIENTES PARA LA EJECUCIÓN:, se indica expresamente "Dedicación de medios personales: Sí, En caso afirmativo,

se consideran medios suficientes como mínimo los siguientes: Se requerirá adscripción de medios para los siguientes perfiles del equipo de trabajo:

- Coordinador estratégico oficina comunicación.
- Coordinador técnico de las actuaciones de comunicación.
- Consultor especializado en marketing digital.

¿quiere decir que es suficiente con la adscripción de estos 3 perfiles bajo las condiciones requeridas de cada perfil? ¿o es obligatoria la adscripción de los 12 perfiles de las otras tablas?

- Encontramos otra contradicción en el PCAP:

En la página 80-81 se incluye una **experiencia mínima de 5 años** para los 3 perfiles principales mínimos

En la página 83 se indica expresamente "Periodo para tener en consideración los servicios realizados a efectos de justificar la solvencia técnica: **Tres años**"

¿Cuál es la experiencia mínima que hay que justificar 3 o 5 años?

Hay confusión, ya que existe un **CRITERIO DE MEJORA DE EXPERIENCIA** que se pueden añadir hasta 24 meses de experiencia por encima del mínimo. ¿Querrían decir entonces que el mínimo son 3 años y que con la mejora máxima de 24 meses se alcanzan esos 5 años de experiencia requeridas? ¿O hay que partir de un mínimo de 5 años y con la mejora serían 7 años de experiencia? Hay que añadir una nota aclaratoria y rectificar pliego, por favor.

CONSULTAS 4: COORDINACIÓN CON OTROS EQUIPOS DE TRABAJO

En el PPT se mencionan múltiples necesidades de coordinación y/o participación :

- Servicios para impulsar la transformación digital de las empresas andaluzas y capacitación digital de sus profesionales: ¿qué tipo de coordinación requiere?
- Portal web: actualmente se encarga una empresa del mantenimiento ¿hay una fecha que finaliza el contrato con este tercero que se transfiera el servicio? Durante el tiempo que se coincida, ¿qué coordinación se requiere?
- Canales sociales propios: en el PPT se indica que "los contenidos a publicar serán facilitados por los distintos equipos participantes en Andalucía Vuela", ¿a qué equipos se hacen referencia? ¿quiere decir que todos los contenidos de rrs son aportados al adjudicatario? ¿hay casos en los que habría que generar contenidos propios?
- Canales sociales de otros proyectos (p.e. Puntos Vuela) ¿qué coordinación se espera realizar?
- Planificación y coordinación de la estrategia de contenidos : "se trabajará de manera coordinada con los equipos de los distintos programas que ofrecen servicios bajo el paraguas de la iniciativa". ¿de qué programas se trata?
- Estrategia de branding: ¿qué acciones de branding se esperan desarrollar, pueden poner ejemplos?
- Coordinación estrategia inbound marketing de Andalucía Vuela. En el PPT se indica que "actualmente cada equipo de trabajo gestiona su estrategia y sus contactos de manera independiente. Resulta conveniente realizar un análisis de la situación y una propuesta de integración para optimizar los resultados y evitar duplicidades o saturar a la audiencia con el envío de información por parte de distintos equipos de manera inconexa". Si hay que evitar duplicidades o

infoxicación, ¿quiere decir que se comparte la base de datos? ¿en qué áreas o programas se están aplicando estrategias de inbound?

En el PPT se indica expresamente "Se deberá definir para ello un modelo organizativo en el que se establezca un grupo de trabajo en el que estén representados los distintos equipos de proyectos que forman parte de Andalucía Vuela, de cara a la detección de necesidades de comunicación y a la planificación de las actuaciones a desarrollar en el marco de la iniciativa." **Solicitamos que nos faciliten un organigrama o información similar para entender la estructura de los diferentes equipos de proyectos existentes y poder aportar soluciones de coordinación óptimas y reales, no basadas en conjeturas de licitadores que no han colaborado anteriormente con SANDETEL ni en el proyecto de Andalucía Vuela.**

CONSULTAS 5: SERVICIOS DEL PPT :

- Se menciona el **PLAN DE CAPACITACIÓN DIGITAL DE ANDALUCÍA** ¿está público y accesible este plan ? ¿pueden facilitarnos el documento o enlace para descarga?
- Se requieren "**recursos y materiales: fotografías a personas, entornos o espacios**" ¿ con qué periodicidad se va a requerir este servicio, para qué casos, en qué ubicaciones? ¿Sería suficiente disponer de un banco de imágenes inicial e ir aumentando con algún tipo de periodicidad durante la duración del contrato?
- Para la organización de eventos online se solicita la gestión de "ponentes" ¿conllevaría coste asumible por el adjudicatario?
- ¿Qué fecha tienen prevista para el inicio del contrato? Nos gustaría una aproximación para planificación de estrategia y campañas.

CONSULTAS 6: CRITERIOS DE ADJUDICACIÓN

- **OFERTA ECONÓMICA:** en la página 94 del PCAP se incluye una tabla con precios hora máximos y **precios hora mínimos** para cada perfil. ¿quiere decir que el umbral de oferta económica debe contemplar tanto el importe máximo como el mínimo de cada perfil?
- **MEMORIA TÉCNICA:** PROPUESTA PRELIMINAR DE CAMPAÑA DE BRANDING PARA ANDALUCÍA VUELA: ¿pueden facilitarnos el **Manual de marca** actual para desarrollar este apartado? ¿qué se espera encontrar en este apartado? ¿cuál es la iniciativa a impulsar, el propio proyecto de Andalucía Vuela o algo más concreto?
- **MEMORIA TÉCNICA:** Propuesta de actividad de celebración del Día de Internet: ¿habría que incluir una estimación de coste económico de las acciones o sería motivo de exclusión? ¿pueden facilitarnos un ejemplo de jornada de organización propia anterior para estimar el alcance de posibilidades de SANDETEL en este sentido?
- **MEMORIA TÉCNICA:** Propuesta de actividad para dinamización de rrrs dirigida a hacer crecer la comunidad y la interacción de la misma: ¿a qué tipo de actividad se refieren? ¿qué se espera encontrar en este apartado?

DUDA 2:

En los Anexos del PCAP, en la oferta económica tan sólo se contempla para la oferta del **Anexo V-A MODELO DE OFERTA ECONÓMICA (SOBRE N°3)** . En este modelo sólo hay que incluir el precio unitario por hora de cada perfil del equipo. No existe un modelo de oferta para la BOLSA DE PRODUCCIÓN ni BOLSA DE HERRAMIENTA ¿Es correcto? ¿cuál es, por tanto, el planteamiento del servicio? ¿cómo se repercute en el pago al adjudicatario la bolsa de producción y bolsa de herramienta, sería por horas/trabajo necesarias para la ejecución de cada caso? En este caso, sólo se imputan costes salariales, ¿pero qué ocurre con los costes directos que no son salariales, cómo se asumen?

Si es así, no entendemos las partidas de costes siguientes:

1. Organización de evento de proyectos especiales: ¿sólo se factura precio/hora del trabajador? ¿y los costes de organización del evento cómo se asumen?
2. Diseño, montaje y adecuación de Stand Avanzado: ¿sobre qué perfil recae esta ejecución y cómo se facturaría?
3. Actividades en territorio básicas y avanzadas: ¿sólo se factura precio/hora del trabajador? ¿y los costes de organización de las actividades cómo se asumen?
4. Inserción de publicidad en medios digitales por valor total de 11.850,93 € e inserción en medios generalistas por valor total de 7.406,83 € ¿estos importes son para invertirlos 100% en los medios y se cobraría por hora/trabajo del trabajador que desempeña las campañas en medios?

La estimación inicial que SANDETEL ha hecho para la prestación del servicio a lo largo de la vigencia del contrato es la siguiente:

	PRECIO/ UNIDAD	UNIDAD ES 2024	UNIDAD ES 2025	UNIDAD ES 2026	UNIDADES TOTALES	COSTE
CREACIÓN DE VÍDEO ESPECIALIZADO	77,97 €	12	66	36	114	8.888, 19 €
ORGANIZACIÓN DE EVENTO DE PROYECTOS ESPECIALES	779,67 €	4	22	12	38	29.62 7,31 €
DISEÑO, MONTAJE Y ADECUACIÓN DE STAND AVANZADO	779,67 €	1	5,5	3	9,5	7.406, 82 €
ACTIVIDAD DE PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN EN EL TERRITORIO BÁSICA	77,97 €	20	110	60	190	14.813 ,65 €
ACTIVIDAD DE PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN EN EL TERRITORIO AVANZADA	779,67 €	3	16,5	9	28,5	22.22 0,48 €
INSERCIÓN DE PUBLICIDAD EN MEDIOS DIGITALES	77,97 €	16	88	48	152	11.85 0,93 €
ORGANIZACIÓN DE EVENTO ONLINE	779,67 €	0,5	2,75	1,5	4,75	3.703, 41 €
INSERCIÓN EN MEDIOS GENERALISTAS	77,97 €	10	55	30	95	7.406, 83 €
PRODUCCIÓN DE MATERIAL DE DIFUSIÓN	77,97 €	10	55	30	95	7.406, 83 €

Por otro lado, si el modelo de oferta económica sólo tiene en cuenta los precios unitarios por hora de trabajo, ¿cómo se factura la **BOLSA DE HERRAMIENTA DE EMAIL MARKETING** por valor de 1.481,37 €?

DUDA 3:

Acabamos de ver que se ha ampliado el plazo de presentación de ofertas del expediente de referencia de la estrategia de comunicación de Andalucía Vuela, al día 4 de octubre. ¿nos puedes indicar a qué se debe y qué modificaciones se han realizado?

El manual no estaba publicado desde el inicio de la licitación y según parece ser es información relevante, solo eso.

Por otro lado, para incluir muestras de video de la Memoria Técnica ¿cómo se debería presentar en la oferta? ¿cómo hacemos llegar los formatos vídeo , mediante enlace incluido en la memoria , por medios físicos en USB y cómo...?

El material audiovisual que se quiera adjuntar a la memoria técnica (o cualquier otro formato que quiera ser aportado de manera independiente al documento), se puede hacer llegar a través de un enlace incluido en dicha memoria. El enlace deberá permitir acceder al contenido durante un plazo de tiempo suficiente para la valoración de las ofertas (se evitarán enlaces de descarga con caducidad corta). Si se aloja el material en un repositorio online deberá constar la fecha de subida de cada archivo, que deberá estar incluida en el periodo de presentación de ofertas. No se podrá incorporar más material a dicho repositorio fuera del plazo de presentación de ofertas.