

Respuesta a consultas planteadas por persona o empresa licitadora en el procedimiento de adjudicación del contrato que se indica.

Expediente: CONTR 2024 201620.

Título: SERVICIO DE ELABORACIÓN Y GESTIÓN DE LA ESTRATEGIA de Redes Sociales de la Consejería de Universidad, Investigación e Innovación.

Tipo: Contrato de servicios.

Procedimiento de adjudicación: Abierto conforme a lo establecido en el artículo 156 a 158 de la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público, por la que se transponen al ordenamiento jurídico español las Directivas del Parlamento Europeo y del Consejo 2014/23/UE y 2014/24/UE, de 26 de febrero de 2014.

1

Consulta:

«CONSULTA 1. PERFIL PREIMPRESIÓN DIGITAL.

En el PCAP se solicita un perfil con titulación muy específica de "Preimpresión Digital" ¿Esto es correcto, es estrictamente necesario que una persona cuente con un título bajo esa categoría? ¿O se puede presentar un perfil con titulación en el área requerida de este perfil (diseño gráfico, por ejemplo).?»

Respuesta:

En el apartado 4.C.2 del Anexo 1 del Pliego de Cláusulas Administrativas Particulares (en adelante PCAP) se establece que *“Oficial/a cualificado/a de preimpresión técnica: ... Debe ser una persona que posea el título de Técnico en Preimpresión Digital definido en el Real Decreto 1586/2011, de 4 de noviembre, por el que se establece el Título de Técnico en Preimpresión Digital y se fijan sus enseñanzas mínimas. Deberá contar con al menos tres años de experiencia demostrada en tareas y funciones que demuestren las capacidades expuestas anteriormente.”*

Por tanto, sí debe ser una persona que disponga de ese título específico.

Consulta:

«CONSULTA 2: MEMORIA TÉCNICA.

En el tercer apartado, se solicita una muestra de trabajos con la administración pública, con máxima puntuación si es superior a tres años. ¿Qué documentación hay que presentar junto a la memoria para acreditar estos trabajos? ¿Con una declaración responsable sobre los proyectos desarrollados con AAPP sería suficiente?»

Respuesta:

Se determina en el apartado 8.A del Anexo I del PCAP, que uno de los criterios ponderables en función de un juicio de valor sería *«3. Contratos realizados con la administración en temas relacionados con las redes sociales (Máximo 10 puntos)»*





Contratos durante más de tres años: 10 puntos.

Contratos durante tres años o menos: 5 puntos.

Ningún contrato con la administración: 0 punto.»

A continuación se define el en pliego la documentación justificativa relativa a los criterios de adjudicación ponderables en función de juicios de valor (SOBRE ELECTRÓNICO N°2). En relación a este criterio el punto 3. Contratos realizados con la administración en temas relacionados con las redes sociales, se solicita incluir: *«Certificado de buena ejecución emitido por la administración responsable del contrato en el que se indique los servicios prestado, relacionados con la gestión de las redes sociales, y el periodo de inicio y de finalización de dicho servicio/contrato.»*

Consulta:

«CONSULTA 3: CRITERIO DE MEJORA "EXPERIENCIA.

Con 5 puntos, se valora el aumentar la experiencia mínima de 3 años. ¿El perfil de Community Manager que ejecute el servicio puede separarse del perfil de Director del Proyecto o deben coincidir en una única persona adscrita? Es decir, ¿podríamos acreditar esta mejora presentando la documentación acreditativa de un Director de Proyecto que no vaya a ser el Community Manager una vez adjudicado el contrato?.»

Respuesta:

En relación a esta cuestión habría que delimitar, en primer lugar, que sólo hay dos perfiles definidos en el PCAP, tal y como se establece en el apartado 2 del Anexo I del PCAP:

«Se ha establecido que, para llevar a cabo los trabajos solicitados sería necesario, se requiere de un equipo formado por, al menos, los siguientes perfiles:

- *Perfil 1: Community Manager.*
- *Perfil 2: Oficial/a cualificado/a de preimpresión técnica.»*

Más adelante, en el apartado 4.C.2. del Anexo I del PCAP se especifica más concretamente que: *«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, lo que conllevará asociadas las labores y responsabilidades del Director/a del equipo/Responsable técnico/a del contrato.»*

Denominándose, además, de manera reiterada en el PCAP a este perfil: Director/a del equipo/Responsable técnico/a del contrato/ Community Manager.

En lo que respecta a la valoración del criterio 2º de los criterios de adjudicación valorados mediante la aplicación de fórmulas, esto es *“Experiencia del Director/a del equipo/Responsable técnico/a del contrato/ (Community Manager) participante en el contrato, por encima de la mínima exigida para la contratación (5 puntos)”* del apartado 8 del Anexo I, deberá presentarse la documentación acreditativa correspondiente al Community Manager que, como hemos mencionado anteriormente, ejercerá funciones de Director/a del equipo y/o Responsable técnico/a del contrato.

Hemos de señalar, que el apartado 4.F. del Anexo I se establece el compromiso de dedicación de los medios personales suficientes para la ejecución, donde se dice: *«Dedicación de medios personales: Sí.*



En caso afirmativo, se consideran medios suficientes como mínimo los siguientes: Se exigen como medios personales los indicados en el punto 2 del apartado 4.C. referido a los medios y criterios de solvencia técnica.»

Consulta:

«CONSULTA 4: PUBLICIDAD E INFLUENCERS

En el PPT se hacen varias alusiones a gestión publicitaria y sector de actuación con influencers. ¿Esto supone algún coste o partida presupuestaria que no se haya identificado claramente en el PCAP y deba asumirse por el adjudicatario dentro del precio del contrato? En caso afirmativo, ¿qué volumen económico se espera destinar a estos servicios de publicidad e influencers? ¿Para qué tipo de campañas suelen hacer inversión publicitaria?

Respecto a los influencers¿qué actuaciones se esperan desarrollar? ¿Qué perfil de influencer se busca y qué volumen de seguidores deben tener como mínimo..? Nos gustaría saber más al respecto.»

Respuesta:

El objeto del contrato se detalla en el Pliego de Prescripciones Técnicas como *«El presente contrato tiene por objeto la prestación de un servicio de elaboración de una estrategia y de la administración y gestión de las redes sociales, con el fin de optimizar la presencia social, mejorar el posicionamiento y aumentar la visibilidad de la Consejería de Universidad, Investigación e Innovación en dichas redes.*

3

...

Son segmentos destinatarios de la información:

- *Influencers.*
- *Comunidad Universitaria: alumnado y profesionales.*
- *Sector empresarial: sector aeroespacial y procesos productivos; sector de la biotecnología; sector de la energía y medio ambiente.*
- *Sociedad civil.*

El contrato comprende la definición, desarrollo y ejecución de una estrategia de comunicación en redes sociales...»

Además, se establece en el apartado 8.A del Anexo I del PCAP *«Criterios de adjudicación ponderables en función de un juicio de valor»:*

1. Diseño de la estrategia de comunicación on line: se valorará con un máximo de 30 puntos la coherencia, claridad, detalle y concreción del contenido del documento, de acuerdo con la siguiente distribución:

- *Definición de objetivos anuales: 3 puntos.*
- *Metodología de planificación y reporting de actividad: 3 puntos.*
- *Cronograma y calendario de publicaciones: 3 puntos.*
- *Análisis del desarrollo del canal: 3 puntos.*
- *Herramientas apropiadas para la programación y alimentación de las redes: 3 puntos.*
- *Definición de perfiles de público objetivo (usuarios) e identificación de stakeholders: Influencers y expertos universitarios, tecnológicos, empresariales, startups, investigación, defensa e innovación; Usuarios habituales de conversaciones relacionadas con las materias citadas anteriormente: 3 puntos.*
- *Estrategia o propuesta de contenidos y tácticas a implementar en cada canal para cumplir los siguientes objetivos: Incrementar la audiencia en los distintos canales, con buenas prácticas; Incrementar la interacción.*



del usuario en los distintos canales; generar tráfico en la web de la Consejería de Universidad, Investigación e Innovación: 3 puntos.

- Estrategia ante situaciones críticas: 3 puntos.

- Sistema de medición del impacto de las relaciones o Impact Relationships: 3 puntos.

- Propuestas de mejora continua: 3 puntos.

2. Propuesta de enfoque de segmentación en redes sociales.

Estrategia enfocada a los stakeholders identificados: se valorará con un máximo 20 puntos, de acuerdo con la siguiente distribución:

Comunidad universitaria: alumnado: 5 puntos; profesorado: 5 puntos.

Empresas: sector aeroespacial y productivo: 3 puntos; sector biotecnología: 3 puntos; sector energía y medio ambiente: 3 puntos; sociedad civil: 1 punto.»

Por otro lado, no se prevé ninguna partida adicional para gestión publicitaria ni gestión de actuación con influencers. Los influencers se identifican en el PPT como destinatarios de información.

En relación a los influencers no se definen actuaciones a desarrollar. No obstante, consta como contenido a definir en la estrategia: «Definición de perfiles de público objetivo (usuarios) e identificación de stakeholders: Influencers y expertos universitarios, tecnológicos, empresariales, startups, investigación, defensa e innovación; Usuarios habituales de conversaciones relacionadas con las materias citadas anteriormente.»