

EXPT24-00106

ASISTENCIA TÉCNICA ESPECIALIZADA EN EL DISEÑO Y EJECUCIÓN DE SERVICIOS DE COMUNICACIÓN Y MARKETING DIGITAL DE LOS PROYECTOS DIRIGIDOS A EMPRESAS ANDALUZAS EN EL MARCO DE LA INICIATIVA ANDALUCÍA VUELA

CONSULTA 1:

La consulta es acerca del número de trabajos que hay que realizar.

Pongo un ejemplo para que se me entienda: En el PPT página 11 esta uno de los trabajos que concretamente es "d) Gestión de los canales sociales", dicen entre otras tareas de este propio trabajo "La empresa adjudicataria deberá prever en su oferta los recursos y medios necesarios para la creación de todos los contenidos dirigidos al público de empresas a través de los canales sociales y el blog de Andalucía Vuela."

¿Cuántos recursos contenidos? ¿de qué tipo? ¿con que periodicidad? Es decir, ¿cuál es el volumen REAL de los trabajos que hay que hacer?

RESPUESTA:

“El volumen de los trabajos a realizar no está inicialmente cerrado, ya que dependerá de los proyectos dirigidos a empresas que se pongan en marcha durante el desarrollo de los trabajos. En este sentido, se ha previsto que se pueda realizar el servicio en base a una bolsa de horas de los recursos utilizados, tal y como se especifica en el pliego de licitación. No obstante, se realiza una estimación inicial de horas de los diferentes perfiles para la prestación de dichos servicios en base a los trabajos que se vienen realizando en los canales de comunicación de Andalucía Vuela en el ámbito de empresas.”

CONSULTA 2:

Entendiendo que el proceso para realizar preguntas es éste, en el caso contrario ruego nos indique el proceso correcto,... Las preguntas son las siguientes:

- 1.- Qué numero de Leads tiene en la Base de Datos (Email MK)?
- 2.- Qué herramienta están utilizando para como Email MK?
- 3.- Debemos incluir en el presupuesto coste de Inversión en Medios (Publicidad)
- 4.- Cuando se refieren a Desarrollo de Piezas Audiovisuales, qué tiempo de piezas se refieren? Extensión, etc... y qué volumen de producción valoran o han realizado en ejercicios anteriores de forma estimada.
- 5.- Existe límite de extensión del documento que aporte la solución Técnica al concurso?

RESPUESTA:

1. Nuestra BBDD consta de 8.600 contactos.
2. Actualmente trabajamos con Zoho Campaings.

3. No es necesario, ya que la inversión en medios va con cargo a la bolsa de producción de la que se hará uso según las necesidades del proyecto. El ofertante deberá hacer uso del "Modelo de proposición económica sobre 3" para presentar su oferta.
4. El volumen de los trabajos a realizar no está inicialmente cerrado, ya que dependerá de los proyectos dirigidos a empresas que se pongan en marcha durante el desarrollo de los trabajos. En este sentido, se ha previsto que se pueda realizar el servicio en base a una bolsa de horas de los recursos utilizados, tal y como se especifica en el pliego de licitación. No obstante, se realiza una estimación inicial de horas de los diferentes perfiles para la prestación de dichos servicios en base a los trabajos que se vienen realizando en los canales de comunicación de Andalucía Vuela en el ámbito de empresas.
5. No existe a priori un límite de extensión para la propuesta técnica, pero, tal y como se indica en el Pliego de Cláusulas Administrativas Particulares, las ofertas técnicas contendrán la información estructurada siguiendo la tabla de Criterios de Adjudicación valorados mediante Juicio de Valor. Así mismo, se indica que de cara a la valoración de las propuestas, obtendrán mayor puntuación aquellas cuyo planteamiento sea claro y preciso, se encuentre alineado a las características del programa, al público objetivo y a los objetivos de comunicación y sea eficiente, de manera que pueda ser realizable en términos económicos y temporales según la dedicación máxima estimada.

CONSULTA 3:

Respecto a los pliegos de condiciones, tenemos las siguientes dudas y necesidades de aclaración:

CONSULTA 1: TAREAS DE GABINETE.

¿En qué consiste exactamente el apoyo de este servicio? Para la redacción de notas de prensa ¿SANDETEL facilita la información y contenidos, así como material gráfico (fotografías o vídeos de ruedas de prensa) para que el equipo del adjudicatario les de difusión? ¿Qué volumen aproximado mensual de notas de prensa publican? ¿Hay que darles difusión y enviar a medios de comunicación externos?

RESPUESTA:

Tal y como se describe en el PPT, las tareas de gabinete consisten en el apoyo en la preparación de notas de prensa, intervenciones, argumentarios, presentaciones y otros documentos informativos sobre los servicios incluidos en Andalucía Vuela que puedan ser requeridos. La información para la elaboración de dichos documentos de comunicación es facilitada por los equipos técnicos. La gestión con los medios se lleva a cabo desde la propia Junta de Andalucía.

La dedicación para la realización de estas tareas se mantendrá dentro de los límites de la presente contratación.

CONSULTA 2: EVENTOS

¿El volumen de eventos presenciales aproximado es el de la tabla del PCAP (20 en total)? Entendemos que no todos van a requerir presencialidad física por parte del adjudicatario para cobertura gráfica insitu, ¿es correcto?

En caso de necesidad de presencialidad ¿cuántos estiman necesarios y dónde se localizarían?

Para la tarea de apoyo en la organización, se indica que todos los costes externos de subcontratación (Salas, ponentes, etc) van con cargo a la BOLSA DE PRODUCCIÓN ¿es correcto?

RESPUESTA:

El volumen para la realización de eventos presenciales se ha estimado según el detalle que se encuentra en el PCAP. En este sentido, el número referido, indican las unidades de producción, no el número de eventos.

En este sentido, cuando se realice una petición por parte de la dirección de los trabajos para participación un evento, se valorarán las necesidades y la empresa adjudicataria elaborará un presupuesto. El importe aprobado se imputará con cargo a la bolsa de producción.

CONSULTA 3: ATENCIÓN A CONSULTAS

No entendemos correctamente el alcance de este servicio incluido en el PPT. ¿Cuál sería el buzón de correo a gestionar? ¿Serían todas las peticiones que se reciben desde canal online? ¿La totalidad de las gestiones de este buzón sería competencia del adjudicatario? Según experiencia previa ¿qué volumen de gestiones y qué volumen de correos se reciben de media en una anualidad? ¿Se establecerán mensajes estandarizados de respuesta?

Por otro lado, no se ha acordado un Acuerdo de Nivel de Servicio para este apartado, ¿qué disponibilidad hay que destinar, en qué horario , tiempos de respuesta y resolución?

RESPUESTA:

La empresa adjudicataria será la encargada de atender el buzón de correo del proyecto, tanto para dar respuesta a las dudas y consultas que se reciban como para realizar una labor de escucha activa que permita recoger las demandas y sugerencias de los usuarios/as y proponer actuaciones de corrección y mejora que contribuyan a ofrecer una mejor atención al público. El horario de atención y respuesta será dentro de la jornada laboral al tratarse de un servicio cuya criticidad es baja.

CONSULTA 4: OFERTA ECONÓMICA

En la página 86 y 88 del PCAP, se aportan tablas con puntuaciones para cada concepto así como importes máximos y mínimos de cada concepto. La cuestión, es que en estas tablas se incluyen dos tipos de conceptos : por un lado, los precios unitarios de los 11 perfiles a adscribir (con cargo

a la BOLSA DE HORAS DE PRESTACIÓN DEL SERVICIO) y, por otro lado, un único concepto incluido en la BOLSA DE PRODUCCIÓN "Diseño e impartición de seminario online".

¿Se trata de un error? ¿Por qué no se toma en cuenta en los criterios de evaluación automáticos el resto de conceptos con cargo a la BOLSA DE PRODUCCIÓN: complementos de sitios web, herramienta de marketing, inserciones publicitarias....?

BOLSA DE PRODUCCIÓN					
	PRECIO/ UNIDAD	UNIDADES 2025	UNIDADES 2026	UNIDADES TOTALES	COSTE TOTAL
COMPLEMENTOS PARA SITIOS WEB	77,97 €	16	8	24	1.871,28 €
HERRAMIENTA DE MARKETING ONLINE Y GESTIÓN DE CLIENTES ESPECIALIZADA	77,97 €	30	18	48	3.742,56 €
ADHESIÓN, PARTICIPACIÓN O PROMOCIÓN DE ORGANIZACIONES, EVENTOS O FOROS ESPECIALIZADOS EN EL ÁMBITO DE LA ECONOMÍA DIGITAL	779,67 €	2	1	3	2.339,01 €
INSERCIÓN DE PUBLICIDAD EN MEDIOS DIGITALES	77,97 €	100	50	150	11.695,50 €
DISEÑO E IMPARTICIÓN DE SEMINARIO ON LINE	750,00 €	4	2	6	4.500,00 €
ORGANIZACIÓN DE EVENTO DE PROYECTOS ESPECIALES	779,67 €	14	6	20	15.593,40 €
					39.741,75 €

RESPUESTA:

Las tablas a las que se hace alusión en la consulta son correctas, siendo únicamente evaluables los conceptos relacionados con los perfiles profesionales, así como el "Diseño e impartición de seminario online", dado que su facturación será por horas y por seminario online realizado, respectivamente.

En el caso del "Diseño e impartición de seminario online" será necesario que las empresas ofertantes propongan además del precio, sus características, corriendo todos los gastos por cuenta de la empresa adjudicataria para ofrecer el servicio completo.

El resto de los conceptos incluidos en la bolsa de producción no pueden ser evaluados ya que sus importes dependerán de las características de los complementos de los sitios web, herramienta de marketing, inserciones publicitarias, etc. que se necesiten utilizar durante el desarrollo de los trabajos.

CONSULTA 5: BOLSA DE PRODUCCIÓN

a. COMPLEMENTOS PARA SITIOS WEB: ¿en qué consiste este servicio exactamente? ¿requiere programación sobre la web actual?

b. HERRAMIENTA DE MARKETING ONLINE Y GESTIÓN DE CLIENTES ESPECIALIZADA: en el PCAP, se distribuyen 30 unidades en 2025 y 18 unidades en 2026 ¿a qué se refieren con esta distribución

anual, cada envío cuenta como una unidad? Por ejemplo, el envío de 1 newsletter es 1 unidad? Si fuese así, no estaría incluido el cargo de la licencia de uso de la herramienta de marketing automation (que actualmente es Zoho). ¿Su objetivo es mantener la herramienta de Zoho, están contentos con esta herramienta?

c. ADHESIÓN, PARTICIPACIÓN O PROMOCIÓN DE ORGANIZACIONES, EVENTOS O FOROS ESPECIALIZADOS EN EL ÁMBITO DE LA ECONOMÍA DIGITAL: ¿en qué consiste este servicio exactamente?

d. INSERCIÓN DE PUBLICIDAD EN MEDIOS DIGITALES: en las tablas del PCAP, se distribuyen 100 unidades en 2025 y 50 unidades en 2026 ¿se trata de microcampañas de publicidad? ¿Cada campaña sería un presupuesto de 77,97€?

e. DISEÑO E IMPARTICIÓN DE SEMINARIO ON LINE: El pliego nos genera confusión, por un lado se indica que habría que contratar ponentes y por otro se entiende que hay que impartir el seminario. ¿pueden aclarar? ¿Qué duración aproximada tendría el seminario? Respecto a la retransmisión en directo ¿los materiales necesarios los pone a disposición el adjudicatario? ¿Se impartirían en Sevilla o en otras localizaciones?

f. ORGANIZACIÓN DE EVENTO DE PROYECTOS ESPECIALES: ¿en qué consiste este servicio exactamente? ¿dónde se ubican? ¿qué costes llevan asociados?

RESPUESTA:

Todos los servicios incluidos a los que se hacen referencia se encuentran incluidos y detallados en el tarifario de SANDETEL tal y como se especifica en el PCAP. Asimismo, la tipología de servicios se encuentra definida en el apartado “2.3.2. Tipología de servicios” en el que se detallan los trabajos más relevantes que serán necesario desarrollar.

Quando surja una necesidad relativa a cualquier otro de los conceptos marcados en la bolsa de producción, se llevará a cabo una solicitud de presupuesto a la empresa adjudicataria para llevar a cabo la tarea y el gasto se imputará a esta bolsa de producción en el concepto correspondiente.

CONSULTA 6: CRITERIO DE MEJORA EXPERIENCIA

¿Qué documentación hay que presentar para acreditar el criterio de evaluación automático de experiencia adicional de cada uno de los tres perfiles? ¿se integra dicha documentación junto a la oferta por todos los licitadores o sólo el propuesto como adjudicatario?

RESPUESTA:

La documentación y su inclusión se detalla en el apartado 4.C del ANEXO I CARACTERÍSTICAS DEL CONTRATO del PCAP y debe ser aportada por todas las empresas licitantes para la correcta valoración de las ofertas.

AMPLIACION CONSULTA:

Respecto al correo anterior de consultas, les remitimos nuevas consultas:

CONSULTA 7: ALIANZAS PRESCRIPTORES

En el apartado 2.1. OBJETIVOS Y CLAVES del PPT, se contempla el desarrollo de acciones como "4. Generar acciones que fomenten e impulsen las alianzas con prescriptores de los programas y servicios."

¿A qué tipo de acciones se refiere? ¿Cuáles se han realizado hasta la fecha que funcionan y cuáles no? ¿Cuáles son los principales prescriptores en el ámbito de "EMPRESAS PYMES Y AUTÓNOMOS" de Andalucía Vuela?

RESPUESTA:

Se espera que las empresas ofertantes, como expertas en marketing y comunicación, y teniendo en cuenta el público objetivo de nuestros servicios, lleven a cabo una propuesta de diversas acciones para llegar a prescriptores valiosos para dichos servicios.

CONSULTA 8: CAMPAÑAS SEGMENTADAS

En el apartado 2.1. OBJETIVOS Y CLAVES del PPT, se contempla el desarrollo de acciones como : "2. Difusión de programas y servicios para un colectivo determinado."

La base de datos actual de 8.600 ¿está segmentada, qué tipología de segmentos? ¿Cuáles pueden ser los tipos de colectivos determinados?

RESPUESTA:

La BBDD se compone de 8.600 contactos y la principal segmentación que llevamos a cabo es referente a la naturaleza de las empresas, además de etiquetas que nos permiten segmentar por temáticas de interés.

CONSULTA 9: CATÁLOGO

En el PPT se incluye el canal web, concretamente el espacio <https://andaluciavuela.es/empresas/>. Además, para las empresas se menciona un "Catálogo de soluciones" pero el PPT no enlaza con este espacio. ¿Pueden identificar la URL de acceso a este catálogo?

RESPUESTA:

Se puede acceder desde el menú de la web <https://andaluciavuela.es/empresas/> o directamente en <https://catalogo.andaluciavuela.es/>

CONSULTA 10: CONVERSIONES

Hasta la fecha, y para el canal digital de la Web, ¿cuáles son las principales conversiones? ¿cuáles son objeto de optimizar y centrar esfuerzos?

RESPUESTA:

Tal y como especificamos en el PPT, todas las actuaciones que se pongan en marcha deberán estar orientadas a la conversión. El diseño pormenorizado de la actuación

deberá ser aportado por la empresa adjudicataria de manera que nos permitan conectar con nuestro público objetivo.

CONSULTA 11: CANALES SOCIALES

Todos los perfiles sociales se comparten con otras iniciativas de Andalucía Vuela, otros adjudicatarios, etc. Para la publicación de contenidos del ámbito de "Empresas" ¿el adjudicatario del presente contrato realiza la planificación así como la propia publicación en cada perfil o se encargaría de esta parte los Responsables de SANDETEL? Igualmente, ¿se entiende incluido un servicio de Community Manager y Escucha activa en redes sociales? Ambos conllevan la necesidad de acceder a las cuentas (con usuario y contraseña). Confirmar, por favor.

RESPUESTA:

El adjudicatario del contrato será responsable de la planificación de los distintos contenidos en cada perfil y deberá disponer de un perfil que pueda realizar la publicación en las mismas, en caso necesario. Así mismo, necesitará hacer una escucha activa en redes sociales por lo que se dará acceso a los perfiles o a la información necesaria para llevarla a cabo.

CONSULTA 12: Automatización de campañas de Marketing

¿Qué tipos de automatizaciones han realizado hasta la fecha con Zoho (newsletters, secuencias de correos, flujos de trabajo automatizados, envíos masivos o envíos segmentados...)?

RESPUESTA:

Se entiende que esta consulta no se refiere al contenido del pliego por lo que no se considera información relevante para la presentación de la oferta.

CONSULTA 13: MQL/SQL

Una vez los diferentes canales (web, rrss, email marketing, publicidad, etc) captan empresarios y se generan conversiones, ¿cómo continúa el proceso? ¿Esos leads de marketing los gestionaría el equipo interno (comercial) de SANDETEL? ¿qué tipo de coordinación actual existe entre los equipos de marketing y comercial?

RESPUESTA:

Una vez se generan conversiones, se ofrecen los servicios que se ponen en marcha. Los leads de marketing los gestiona la oficina de comunicación. No obstante, entre el Responsable del Contrato en Sandetel y el Encargado del contratista, se establecerán todos los mecanismos de coordinación que sean necesarios para la correcta ejecución del contrato.

CONSULTA 14: DESCRIPCIÓN SERVICIOS

En el apartado 2.3.1. Claves a tener en cuenta del PPT se indica "El formato de las acciones a realizar será variado, si bien se deberá apostar en la medida de lo posible por actuaciones originales e innovadoras, con un estilo fresco y cercano, alineado con el manual de estilo de Andalucía Vuela."

¿Qué entienden por acciones originales e innovadoras, pueden poner ejemplos anteriores para entender el alcance y limitaciones? ¿A qué se refieren con que las acciones estén alineadas con el Manual de estilo, pueden facilitar enlace a dicho Manual?

En el mismo apartado, también se requiere "Aunque las actuaciones que se lleven a cabo **serán** principalmente en el plano digital, puede que en ciertas ocasiones se requiera llevar a cabo actuaciones presenciales."

¿Qué tipo de actuaciones presenciales esperan se desarrollen, pueden poner ejemplos anteriores? ¿Dónde se localizarían y qué costes pueden conllevar?

En el mismo apartado, también se requiere "A la hora de diseñar recursos y materiales se deberá tener en cuenta que los elementos que se utilicen sean representativos de Andalucía, por ejemplo, en la selección de imágenes que muestren personas, entornos o espacios, o en la locución de vídeos o piezas de audio con un acento andaluz neutro."

¿Está incluido en el objeto de contrato la toma de imágenes fotográficas o realización de una biblioteca de imágenes y para qué casos? ¿Iría a cargo de la Bolsa de Producción?

RESPUESTA:

El objetivo principal de las acciones de comunicación y marketing es garantizar el mayor aprovechamiento posible de los servicios que Andalucía Vuela ofrece a las empresas andaluzas. En este sentido, actualmente se ofrecen algunas campañas de comunicación en nuestros diferentes perfiles que pueden consultar. En cuanto al manual de estilo, se proporcionará al adjudicatario del contrato. El alcance y las limitaciones serán las propias del presente contrato así como de la creatividad y habilidades de la empresa adjudicataria.

En cuanto a las actuaciones presenciales pueden ser de diferente tipología, desde participar con contenidos en un stand de la Agencia Digital de Andalucía, cubrir la participación en un evento, recoger material audiovisual para su difusión en los canales disponibles, etc. La localización sería principalmente en el territorio Andaluz y su coste dependerá de la naturaleza de la actuación.

En el objeto del contrato se incluyen todas aquellas actividades incluidas en el apartado 2.3.2. Tipología de servicios. La bolsa de producción será utilizada para todo aquello que no pueda ser prestado a través de la bolsa de horas.

CONSULTA 15: CARGA DE TRABAJO

En el PPT, se menciona "Será importante disponer de un equipo flexible y escalable, que pueda ser capaz de atender picos de trabajo puntuales de forma ágil y en tiempo."

Para el ámbito de actuación de EMPRESAS, ¿pueden poner ejemplos de picos de trabajos a qué tipos de actuaciones o campañas se deben?

RESPUESTA:

Principalmente la coincidencia en el tiempo de varias campañas de difusión o venta de los distintos servicios.

AMPLIACION CONSULTA:

CONSULTA 16: ÁMBITO DE ACTUACIÓN.

Según objeto de contrato, el público objetivo es el ámbito empresarial (PYMES y Autónomos). Respecto al Plan de Capacitación 2022–2025, ¿pueden confirmarnos si el ámbito de actuación es exclusivamente el Eje 3. Competencias Digitales para profesionales TIC o se entienden incluidos el Eje 2. , Eje 4 y Eje 5. Competencias Digitales para el Empleo, la educación y salud respectivamente?



RESPUESTA:

Podemos confirmar que el público objetivo es el ámbito empresarial. Respecto al Plan de Capacitación al que hacen alusión, en él se incluyen diferentes colectivos que integran la sociedad andaluza y por tanto tiene un ámbito mayor al de la presente contratación.

CONSULTA 17. LINKEDIN

Respecto a la Bolsa de Producción, ¿hasta la fecha han contado con la herramienta Sales Navigator de LinkedIn para captación de leads y difusión de iniciativas en el plano empresarial? Si se propone su uso en la estrategia, ¿el coste de la licencia iría a cargo de la Bolsa de Producción si la aprueba SANDETEL?

RESPUESTA:

Los licitadores de la presente contratación deberán proponer las herramientas que consideren más adecuadas para cumplir los objetivos del contrato. En este sentido, una vez adjudicados los trabajos y en función de las necesidades del proyecto y el beneficio

que se pudiera obtener a través de la herramienta se decidirá si es conveniente su uso.

CONSULTA 18. DISPONIBILIDAD DEL EQUIPO.

En el PCAP se establece un orden de disponibilidad (horas estimadas de dedicación) de cada perfil profesional. ¿Debe cada licitador adscribir la disponibilidad del equipo respecto a ese cálculo y mencionarlo en la memoria técnica? Por ejemplo, si se estima que el Community Manager tenga una dedicación de 100 horas en la anualidad 2025 ¿estiman que únicamente se dedique a este servicio unas 8 horas mensuales? ¿Este tiempo cubre las necesidades reales del proyecto? La envergadura del mismo y la necesidad de difusión y captación de leads nos dice que es insuficiente.

RESPUESTA:

En el PCAP se incluye una estimación de las horas de trabajo, pero la dedicación de estos perfiles será variable en función de las necesidades, la demanda y los plazos previstos en la contratación para llevar a cabo la prestación del servicio de forma correcta.

CONSULTA 19. MEMORIA TÉCNICA.

A. Propuesta preliminar de campaña de difusión para el Servicio de Información para la transformación digital de las empresas. ¿Pueden especificar mejor qué esperan encontrar en este apartado? Para dar a conocer el servicio ¿hay que explicar las acciones, frecuencias, canales que se usarían, metodologías, plan de contenidos, ...? Respecto al concepto creativo de la campaña ¿es crear una imagen de campaña nueva para sector empresas, con eslogan/claim, adaptaciones a formatos etc...? ¿Hay imágenes de campañas para empresas previas (cuáles) o sería el primer concepto creativo unificado exclusivo para este sector? ¿Habría que mencionar en este apartado qué necesidades de la Bolsa de Producción se pueden requerir? ¿hay que presentar un cronograma de actuaciones para la totalidad del contrato (18 meses) o una muestra representativa de actuaciones (por ejemplo, plan trimestral) es suficiente?

RESPUESTA:

En este caso, el licitador deberá realizar un planteamiento inicial de una campaña que considere adecuada para la difusión del servicio indicado. En este sentido, el licitador tendrá que hacer una propuesta en la que muestre cómo se tendría que realizar dicha campaña para hacer llegar el servicio al público objetivo del mismo, con el detalle que considere adecuado para explicar su propuesta.

B. Propuesta de actividad centrada en el Catálogo de Soluciones de Andalucía Vuela para la transformación digital de las empresas. La empresa deberá presentar una propuesta preliminar, a desarrollar en los distintos canales activos en redes sociales o centrada en uno de ellos,. ¿Pueden especificar mejor qué esperan encontrar en este apartado? ¿a qué se refieren con una actividad centrada en el Catálogo de Soluciones? ¿Pueden poner ejemplo previos que se hayan realizado? ¿Hay que incluir en este apartado previsión de actuaciones con cargo a la Bolsa de Producción (campañas publicidad Social Ads, eventos online o presenciales ,...)? ¿Se trata sólo de actividad en el plano digital (redes sociales) sin intervenir en actuaciones físicas o presenciales?

RESPUESTA:

Teniendo en cuenta la información del servicio que hay en la web y el público objetivo, se pide que las empresas licitadoras propongan una acción de cómo hacer llegar el servicio “Catálogo de Soluciones” al público objetivo.

C. Solución propuesta para la prestación del servicio Diseño e impartición de seminario online dentro de los servicios descritos en los pliegos como “Bolsa de producción: Descripción del servicio y propuestas de modalidades por unidades de producción , valorándose la metodología en la prestación, retransmisión en directo, grabación, experiencia de marca (logo, banners, fondos, superposiciones, etc.), materiales de apoyo asociados, así como la creatividad e innovación de la propuesta realizada..

¿Pueden especificar mejor qué esperan encontrar en este apartado de la memoria?
¿A qué se refieren con "propuestas de modalidades por unidades de producción" ? En el PCAP se han incluido en total 6 unidades de producción de seminarios online (página 73 del PCAP) ¿hay que indicar una propuesta de temáticas de cada seminario?
Respecto a la "modalidad en la prestación" ¿qué van a evaluar concretamente?

Respecto a "experiencia de marca (logo, banners, fondos, superposiciones)" a qué se refieren, qué van a evaluar aquí?

RESPUESTA:

Los licitadores deberán describir en este apartado su propuesta para el servicio de “Diseño e impartición de seminario online”, incluyendo la modalidad de realización del mismo, el canal de difusión utilizado, grabación, etc, valorándose de manera global el detalle de la solución propuesta que se aporte.

En cuanto a la información que aparece en el PCAP a la que hacen alusión, se hace referencia a que se estima la impartición de 6 seminarios online.

CONSULTA 4:

Con relación al EXPT24-00106 - Título: ASISTENCIA TÉCNICA ESPECIALIZADA EN EL DISEÑO Y EJECUCIÓN DE SERVICIOS DE COMUNICACIÓN Y MARKETING DIGITAL DE LOS PROYECTOS DIRIGIDOS A EMPRESAS ANDALUZAS EN EL MARCO DE LA INICIATIVA ANDALUCÍA VUELA

Rogamos por favor detalle en qué consiste la partida "ORGANIZACIÓN DE EVENTO DE PROYECTOS ESPECIALES".

	MARKETING ONLINE Y GESTIÓN DE CLIENTES ESPECIALIZADA					
S-COM-047	ADHESIÓN, PARTICIPACIÓN O PROMOCIÓN DE ORGANIZACIONES, EVENTOS O FOROS ESPECIALIZADOS EN EL ÁMBITO DE LA ECONOMÍA DIGITAL	779,67 €	2	1	3	2.339,00 €
S-COM-048	INSERCIÓN DE PUBLICIDAD EN MEDIOS DIGITALES	77,97 €	100	50	150	11.694,99 €
S-FOR-074	DISEÑO E IMPARTICIÓN DE SEMINARIO ON LINE	750,00 €	4	2	6	4.500,00 €
S-COM-014	ORGANIZACIÓN DE EVENTO DE PROYECTOS ESPECIALES	779,67 €	14	6	20	15.593,33 €
<i>Totales</i>			166	85	251	39.740,92 €

Se deberá tener en cuenta que la relación de unidades es una estimación preliminar de los esfuerzos a desarrollar, pudiendo diferir a la finalización de los trabajos el número de unidades finalmente ejecutadas, sin poderse superar el importe de adjudicación que se establezca. Teniendo en cuenta estas estimaciones, el resultante obtenido es el siguiente:

RESPUESTA:

El servicio de "Organización de evento de proyectos especiales" al que hace referencia en su consulta, se encuentra incluido y detallados en el tarifario de SANDETEL tal y como se especifica en el PCAP. Asimismo, la tipología de servicios se encuentra definida en el apartado "2.3.2. Tipología de servicios" en el que se detallan los trabajos más relevantes que serán necesario desarrollar.

Cuando surge una necesidad relativa a cualquiera de los conceptos marcados en la bolsa de producción, entre los que se encuentra "Organización de evento de proyectos especiales", se llevará a cabo una solicitud de presupuesto a la empresa adjudicataria para llevar a cabo la tarea y el gasto se imputará a esta bolsa de producción en el concepto correspondiente.

CONSULTA 5:

Nos han surgido unas consultas más ¿pueden resolvérmolas?

¿A qué se refieren con "Complementos para sitios web" y "Herramienta de marketing online y gestión de clientes especializada"?

Sobre la inserción en publicidad en medios digitales, podrían decirnos lo siguiente: ¿en qué medios? ¿Cuántos días? ¿Qué inversión?

Acerca deñ "diseño e impartición de seminario online" ¿de que tipo? ¿Cuántas horas?

Acerca de la "organización de evento de proyectos especiales" ¿de qué tipo de eventos estamos pensando? Cuando hablamos de organización, ¿a qué nos referimos? ¿Solo a idearlo y organizarlo o también gestionar proveedores y temas in situ en el evento?
Quedo a la espera de su respuesta, muchas gracias de antemano.

RESPUESTA:

Estos servicios a los que hace referencia en su consulta (Complementos para sitios web; Herramienta de marketing y gestión de clientes especializada; Inserción en publicidad en medios digitales; Organización de evento de proyectos especiales) se encuentran incluidos y detallados en el tarifario de SANDETEL tal y como se especifica en el PCAP. Asimismo, la tipología de servicios se encuentra definida en el apartado "2.3.2. Tipología de servicios" en el que se detallan los trabajos más relevantes que serán necesario desarrollar.

Cuando surge una necesidad relativa a cualquiera de los conceptos marcados en la bolsa de producción, se llevará a cabo una solicitud de presupuesto a la empresa adjudicataria para llevar a cabo la tarea y el gasto se imputará a esta bolsa de producción en el concepto correspondiente.

Será necesario que las empresas ofertantes hagan una propuesta para un seminario online, incluyendo, además de las características que consideran más relevantes, el precio, ya que todos los gastos corren por cuenta de la empresa adjudicataria para ofrecer el servicio completo.

CONSULTA 6:

En relación a la licitación "ASISTENCIA TÉCNICA ESPECIALIZADA EN EL DISEÑO Y EJECUCIÓN DE SERVICIOS DE COMUNICACIÓN Y MARKETING DIGITAL DE LOS PROYECTOS DIRIGIDOS A EMPRESAS ANDALUZAS EN EL MARCO DE LA INICIATIVA ANDALUCÍA VUELA", ¿Nos podrían confirmar si una misma persona puede ocupar 2 perfiles diferentes de los requeridos?

RESPUESTA:

"Sí, siempre y cuando, el total de la dedicación de la persona no supere el 100% y además se cumpla la dedicación mínima por perfil establecida en la presente contratación."