

CONTR 2026 203254

ACLARACIÓN LICITADORES 1

11 de septiembre del 2026

- 1. Pregunta:** Inversión publicitaria incluida en el precio. La memoria incluye publicidad segmentada dentro de la partida «Otros eventuales gastos», junto con producción multimedia y otras actuaciones. ¿La adjudicataria debe asumir la inversión en plataformas publicitarias con cargo al precio ofertado? En caso afirmativo, ¿qué importe mínimo o presupuesto debe reservarse para este concepto?

Respuesta: Tal y como se desprende del apartado 11 de la Memoria Justificativa, dentro de los “Otros eventuales gastos” se contemplan los gastos asociados a la inversión publicitaria, producción multimedia y demás actuaciones necesarias para alcanzar los objetivos de difusión y comunicación. Asimismo, el PCAP establece que el precio comprende todos los gastos derivados del cumplimiento de las obligaciones contractuales.

En consecuencia, la inversión publicitaria está incluida en el precio ofertado, sin que los pliegos establezcan un importe o porcentaje mínimo específico destinado a publicidad.

- 2. Pregunta:** Volumen de publicaciones y vídeos. ¿Existe una previsión mensual de publicaciones por red social, piezas gráficas y vídeos originales? ¿Las adaptaciones de una misma pieza a varias plataformas se contabilizan como contenidos diferentes?

Respuesta: Tal y como se desprende de los apartados 2.1, 2.2 y 2.4 del PPT, el contrato exige una actividad continua en redes sociales, con planificación y publicación de contenidos, así como la adaptación y creación de contenidos gráficos y audiovisuales.

Los pliegos no establecen un número cerrado de publicaciones o vídeos mensuales por cada red social, debiendo adecuarse la actividad a las necesidades de comunicación del Consorcio y a la planificación aprobada.

- 3. Pregunta:** Horarios y cómputo de los tiempos de respuesta. ¿Los plazos máximos de respuesta se computan en horas naturales durante las 24 horas del día, incluidas las noches? ¿Se exige monitorización permanente fuera del horario ordinario de 8:00 a 15:00? ¿Cómo se computa el tiempo cuando una respuesta o publicación requiere validación previa del Consorcio?

Respuesta: Tal y como se desprende del apartado 2.5 del PPT, el tiempo máximo de respuesta exigido es de 6 horas en días laborables y de 12 horas en fines de semana y festivos. Asimismo, el apartado 2.7 establece como horario ordinario de prestación del





servicio de 8:00 a 15:00 horas, de lunes a viernes laborables, sin perjuicio de las obligaciones de respuesta fuera de dicho horario.

4. Pregunta: Volumen de atención a usuarios. ¿Podrían facilitar una estimación del número mensual de consultas, comentarios y avisos urgentes, así como su distribución aproximada entre horario ordinario, noches, fines de semana y festivos?

Respuesta: Tal y como se desprende del apartado 3.1 del PPT, la empresa adjudicataria deberá disponer de medios personales suficientes para garantizar la adecuada ejecución del servicio y atender las necesidades derivadas del contrato y los tiempos de respuesta exigidos.

Los pliegos no establecen una previsión cuantitativa cerrada del volumen de consultas, comentarios o incidencias.

5. Pregunta: Cobertura presencial de eventos. ¿Cuántos actos se prevén anualmente, en qué municipios y con qué duración y horarios habituales? ¿El número de eventos comprometido en la oferta delimita la cobertura incluida en el precio o podrían requerirse asistencias adicionales? ¿Los desplazamientos deben asumirse íntegramente dentro del precio ofertado?

Respuesta: Tal y como se desprende del apartado 2.4 del PPT, la empresa adjudicataria podrá ser requerida para asistir presencialmente a actos, eventos, campañas y otras actuaciones del Consorcio, en función de las necesidades del servicio. Asimismo, el criterio 4 del apartado 7.A del PCAP establece la valoración del compromiso de asistencia presencial a eventos.

Los pliegos no establecen un número determinado de eventos a realizar durante la ejecución del contrato, por lo que estos vendrán determinados por las necesidades y actuaciones del Consorcio.

6. Pregunta: Alcance de las campañas de fomento del transporte. ¿Qué prestaciones comprende cada campaña a efectos del criterio de adjudicación: concepto creativo, piezas gráficas, vídeos, publicaciones, cobertura presencial e inversión publicitaria? ¿Existe un volumen mínimo de entregables por campaña?

Respuesta: Tal y como se desprende del apartado 7.A del PCAP, el compromiso de realización de campañas de fomento del transporte impulsadas por el Consorcio constituye un criterio de adjudicación valorado mediante la aplicación de fórmulas, estableciéndose el siguiente baremo:

- 6 campañas anuales: 3 puntos.
- 4 o 5 campañas anuales: 2 puntos.
- 2 o 3 campañas anuales: 1 punto.
- Menos de 2 campañas anuales: 0 puntos.



Asimismo, tal y como se desprende del apartado 2.4 del PPT, deberán elaborarse y difundirse contenidos específicos con ocasión de campañas institucionales, incidencias del servicio, actuaciones relevantes, eventos, fechas señaladas o acciones de sensibilización y fomento del transporte público y la movilidad sostenible.

Por otra parte, el apartado 2.2 del PPT establece que la empresa adjudicataria deberá prestar soporte audiovisual y gráfico a las acciones, campañas y actuaciones de comunicación institucional desarrolladas por el Consorcio.

En consecuencia, los pliegos no determinan un número concreto de publicaciones, piezas gráficas, vídeos o una inversión publicitaria mínima que deba integrar cada campaña, correspondiendo su contenido y desarrollo a las necesidades de comunicación institucional y a la planificación aprobada por el Consorcio.

- 7. Pregunta: Puntuación de la experiencia. El baremo recoge «más de 4 contratos», «hasta 3 contratos» y «entre 1 y 2 contratos». ¿Podrían precisar la puntuación correspondiente a 1, 2, 3 y 4 contratos, evitando el solapamiento entre tramos? Asimismo, ¿se admite la experiencia de las personas adscritas al servicio adquirida en otras empresas y cómo debe acreditarse? ¿Pueden sumarse contratos de distintas entidades públicas?**

Respuesta: Tal y como se desprende del criterio 2 del apartado 7.A del PCAP, la experiencia objeto de valoración es la experiencia acreditada del equipo adscrito al contrato en servicios de gestión de redes sociales para entidades públicas. Por tanto, se tendrá en consideración la experiencia que acredite el personal adscrito por la empresa a la ejecución del contrato, en los términos establecidos en el PCAP.

Asimismo, de la redacción del criterio no se desprende que los contratos deban haber sido ejecutados para una única entidad pública, por lo que podrán acreditarse contratos correspondientes a distintas entidades públicas, siempre que cumplan los requisitos establecidos en el criterio de adjudicación y sean debidamente acreditados.

- 8. Pregunta: Puntuación de las campañas. El tramo de máxima puntuación indica «hasta 6 campañas anuales», mientras que otros tramos contemplan 4 o 5 y 2 o 3 campañas. ¿Debe entenderse que el máximo de 3 puntos corresponde al compromiso de realizar 6 campañas anuales?**

Respuesta: Tal y como se desprende del criterio 6 del apartado 7.A del PCAP, el máximo de campañas anuales contemplado para este criterio es de 6, correspondiendo a dicho compromiso la máxima puntuación de 3 puntos.

- 9. Pregunta: Banners y aportaciones de contenido. ¿Los contenidos mensuales de este criterio son las aportaciones para la web previstas en el apartado 2.6 del PPT o publicaciones adicionales para redes? ¿Confirman que el mínimo obligatorio de 1 banner y 3 aportaciones mensuales obtiene los 2 puntos previstos en el baremo?**



Respuesta: Tal y como se desprende del apartado 2.6 del PPT, se establece como mínimo la elaboración de un banner mensual y 3 contenidos mensuales para la página web.

Asimismo, el criterio 5 del apartado 7.A del PCAP establece la valoración de estos compromisos, correspondiendo la máxima puntuación a 2 banners mensuales y 6 o más contenidos mensuales.

- 10. Pregunta:** Presupuesto y prórroga. El anuncio establece un valor estimado de 54.400 €, mientras que el PCAP y la memoria indican 57.600 €. Además, la memoria asigna 19.200 € a la prórroga de un año, frente a los 16.000 € anuales del periodo inicial. ¿Cuál es el importe correcto y cómo se determinaría el precio de la prórroga respecto a la oferta adjudicada?

Respuesta: En relación con el importe de 57.600,00 €, se hace constar que el importe indicado en la Plataforma de Contratación obedecía a un error tipográfico, solventado en el portal de licitaciones con su documento pertinente, siendo el importe correcto el que figura tanto en el PCAP como en la Memoria Justificativa: 57.600,00 € de Valor Estimado del Contrato.

En cuanto al importe de 19.200,00 €, este resulta de añadir, en su caso, al importe anual de 16.000,00 € el 20 % correspondiente a la eventual modificación contractual (3.200,00 €), resultando un total de 19.200,00 €.

- 11. Pregunta:** Seguro de responsabilidad civil. ¿Existe un capital mínimo asegurado o alguna cobertura específica exigida para el seguro de responsabilidad civil profesional?

Respuesta: Tal y como se desprende del apartado correspondiente del PCAP, la empresa adjudicataria deberá disponer durante la ejecución del contrato de un seguro de responsabilidad civil profesional suficiente para cubrir los daños que pudieran derivarse de la prestación del servicio.

El PCAP no establece un importe mínimo de cobertura.