



Comunidad  
de Madrid

CONSEJERÍA DE VIVIENDA,  
TRANSPORTES E INFRAESTRUCTURAS

Este documento se ha obtenido directamente del original que contenía la firma auténtica y, para evitar el acceso a datos personales protegidos, se ha ocultado el código que permitiría acceder al original.

CONSORCIO  
TRANSPORTES  
\*\*\*\* MADRID

## MEMORIA JUSTIFICATIVA DEL CONTRATO DENOMINADO “SERVICIO DE GESTIÓN DE REDES SOCIALES Y DISEÑO DE CONTENIDOS DE LAS CUENTAS Y PROGRAMAS DEL CONSORCIO REGIONAL DE TRANSPORTES DE MADRID”.

En la presente memoria justificativa del contrato se analizan las siguientes cuestiones:

**Objeto del contrato (art. 99 LCSP); Naturaleza y extensión de las necesidades que pretenden cubrirse mediante el contrato proyectado, así como la idoneidad de su objeto y contenido para satisfacerlas (art. 28.1 LCSP). La necesidad de la Administración a la que se pretende dar satisfacción; relación con el objeto del contrato.**

El objeto del presente contrato es la gestión de las redes sociales pertenecientes al Consorcio Regional de Transportes de Madrid (CRTM) y el diseño de contenidos para las redes sociales con el objetivo de mejorar los canales de comunicación y las estrategias de marketing digital.

Actualmente el CRTM dispone de los siguientes perfiles en redes sociales: X (antiguo Twitter) y Facebook enfocados a los usuarios del transporte público que cada día utilizan los diferentes modos: metro, metro ligero, autobuses urbanos e interurbanos y cercanías para desplazarse por la región. Y, además, se prevé abrir perfiles en Instagram, TikTok de manera inminente tras la adjudicación del contrato y LinkedIn unas semanas después, y podría extenderse también a otros perfiles en los que se valore positivamente su apertura.

La necesidad administrativa que se pretende satisfacer es, por un lado, completar el sistema de información al usuario que en la actualidad aparte de la información off line (cartelería, planos, paradas, campañas, etc.) se facilita a través de la web del CRTM ( [www.crtm.es](http://www.crtm.es)), pero además, se pretende llevar a cabo una escucha activa y una relación más directa con los usuarios del sistema de transporte de la Comunidad de Madrid a través de la cual generar engagement, que ayudará a un fortalecimiento de la marca CRTM .

**Valor estimado del contrato (IVA no incluido); indicación de los conceptos que lo integran, con inclusión de los costes laborales (art. 101 LCSP).**

En la elaboración del presupuesto se han estimado los perfiles necesarios para llevar a cabo la prestación objeto del contrato así como los costes sociales aplicables a los mismos y a este precio se ha incorporado el importe correspondiente a los gastos generales (12 % de los costes directos) y al beneficio industrial (6 % de los costes directos)

El presupuesto base de licitación asciende a la cantidad de 66.006,52 euros (79.867,89€ euros IVA incluido).

| A. COSTES SALARIALES | B. COSTES INDIRECTOS | C. BENEFICIO INDUSTRIAL | TOTAL      |
|----------------------|----------------------|-------------------------|------------|
| 55.937,73€           | 6.712,53€            | 3.356,26€               | 66.006,52€ |

El contrato se ejecutará dentro de la anualidad 2025 Y 2026, no obstante, se podrá prorrogar el contrato anualmente con un máximo de 3 anualidades (12+12+12), por lo que el valor total del contrato se estima en 264.026,07 € (319.471.55 € IVA incluido).

### **Naturaleza del contrato:**

El contrato debe ser considerado como un contrato de servicios porque las prestaciones que en él se desarrollan, que son de carácter intelectual, están dirigidas a la obtención de un resultado distinto de una obra o suministro (art. 17. LCSP).

### **Unidad encargada del seguimiento y ejecución ordinaria del contrato (art. 62.1 LCSP)**

La unidad encargada del seguimiento y ejecución de este contrato es la Dirección de Relaciones Externas

### **Responsable del contrato (art. 62.1.2 LCSP):**

El responsable del contrato será la persona que designe el Órgano de contratación.

### **Informe de insuficiencia de medios en el caso de contratos de servicios (art. 116.4 f) LCSP)**

El desarrollo de los trabajos descritos exige contar con un equipo para gestionar esta nueva forma de comunicación con los ciudadanos, más directa, fluida y dinámica.

Además, requiere de personal especializado y con experiencia demostrable en el manejo de redes sociales, que junto con el CRTM planifiquen y diseñen una estrategia global, y que de manera continuada gestionen y generen contenido y dinamicen las relaciones en torno a la marca CRTM en los medios sociales.

Por otra parte, también es objeto del contrato la creación y difusión de campañas y anuncios relacionadas con el transporte público en los diferentes medios sociales, por lo que se precisa, además, incorporar un creativo para adaptar la imagen a cada uno de los perfiles del CRTM, los que ya existen y los que se puedan crear durante la duración del contrato incidiendo en el marketing digital.

En estos momentos, **este organismo carece de los medios personales y materiales propios necesarios para la realización del servicio** objeto de este contrato, al no contar con perfiles adecuados para el desarrollo de los trabajos dentro de la RPT del CRTM.

### **Elección del procedimiento de licitación (art. 131.2 y 116.4 a) LCSP)**

Se utilizará el procedimiento ordinario abierto según las condiciones establecidas en la LCSP.

La adjudicación se realizará utilizando pluralidad de criterios de adjudicación basados en el principio de mejor relación calidad-precio, valorando la mejor relación coste-eficacia según queda recogido en el artículo 148 de la LCSP.

### **Criterios de solvencia. Clasificación del contratista. Adscripción de medios.**

En la elección de los criterios de solvencia económica se han seguido las prescripciones recogidas en la LCSP estableciendo, cuando ha sido necesario, una determinación de un umbral mínimo de cuantías económicas que se ajusta a lo previsto en dicha norma.

La determinación de la experiencia en trabajos similares previos efectuados en los tres últimos años (2022-2024), para acreditar la solvencia técnica, se refiere a contratos cuyo objeto sea la gestión de las cuentas en redes sociales y/o el diseño de los contenidos web y de las redes sociales.

Por otra parte, se han estimado necesario establecer una adscripción mínima de medios humanos para garantizar que la elección del contratista se efectúa entre licitadores que cuentan con el equipo imprescindible para poder ejecutar el contrato con unas garantías que permitan la gestión de este servicio de manera adecuada, y que se cubre la jornada laboral dando continuidad a la relación fluida con los ciudadanos que se pretende establecer.

En todo caso, esta adscripción se ha efectuado con las figuras del equipo humano previsto para el desarrollo de los trabajos que se han considerado más relevantes, de entre todas las que figuran en el Convenio colectivo del sector. En la configuración de este equipo mínimo, no se han especificado titulaciones académicas específicas, ya que la gestión de redes sociales es una disciplina que, si bien se beneficia de ciertos conocimientos técnicos y estratégicos, no necesariamente requiere titulaciones concretas. Y ello debido a varias razones, por un lado, la naturaleza de las redes sociales es dinámica y cambia constantemente, lo que significa que las habilidades prácticas y la capacidad para adaptarse rápidamente a nuevas herramientas y tendencias son mucho más valiosas que un título académico en este campo. Y, por otro lado, la gestión de redes sociales involucra habilidades de diversas áreas como marketing, psicología del consumidor, diseño gráfico, y análisis de datos. Las personas que gestionan redes sociales exitosamente suelen combinar conocimientos de diferentes disciplinas, más que depender de una única titulación formal.

Es por ello, que lo que sí exigimos es el cumplimiento de un número de años mínimo de experiencia a cada uno de los perfiles indicados, que garantice que el desarrollo de los trabajos puede ser abordado desde un primer momento sin ningún tipo de dudas, y primando ante todo que el servicio sea prestado con garantías de calidad.

### **Criterios de adjudicación. Justificación.**

Se utilizará una pluralidad de criterios de adjudicación en base a la mejor relación calidad/precio, conforme al artículo 145.4 de la Ley 9/2017 de 8 de noviembre de Contratos del Sector.

En relación a los criterios propuestos, se ha respetado lo establecido en la mencionada ley 9/2017 y en la división que la misma establece sobre criterios cualitativos y cuantitativos, así como también las prescripciones relativas a aquellos criterios que dependa de fórmulas automáticamente evaluables en relación a aquellos otros que requieren un juicio de Valor.

Por ello, se han propuesto como criterios de adjudicación los siguientes:

1. Precio
2. La experiencia de cada uno de los community managers en la gestión de determinadas redes sociales, en particular Tik tok, Instagram y LinkedIn.
3. Experiencia de la empresa licitadora de más de un año en la gestión de redes sociales de empresas u organismos relacionados con la movilidad

Además, se han propuesto una serie de criterios cuya cuantificación va a depender en un juicio de valor, para lo que se deberá entregar una memoria técnica explicativa en formato power point o similar con los siguientes contenidos:

1. Diseño de la estrategia de comunicación online.
2. Propuesta de contenidos aumenten la visibilidad del CRTM en los diferentes perfiles y que incrementen la vinculación de los usuarios al transporte.
3. Propuesta de contenidos concretos: Se tendrá que aportar un contenido publicable adaptando el copy y las imágenes o video a cada una de las siguientes redes sociales
4. Propuesta de nuevas acciones:

Cabe señalar que, para la determinación de lo que se considerará una baja desproporcionada o temeraria, se tendrá en cuenta solamente el precio ofertado. El resto de criterios cualitativos, evaluables de forma automático o mediante juicio de valor, no se han considerado a estos efectos dado que su objetivo es conseguir unos resultados de mayor calidad o reducir los plazos para la ejecución de los trabajos, dentro del tiempo necesario para una correcta ejecución de los mismos.

Por otro lado, se considera que el objeto de la prestación es de carácter intelectual debido a que se trata de un trabajo de servicios de ingeniería y consultoría recogidos en la Disposición Adicional 41ª de la LCSP. En este sentido hay que tener en cuenta que los trabajos a desarrollar requieren unos mínimos conocimientos sobre aspectos asociados a la gestión y explotación de imagen corporativa, presencia y conocimiento de los usuarios/ciudadanos, mejora de imagen en la sociedad, entre otros.

El carácter intelectual de la prestación objeto de la contratación se deduce claramente del propio carácter de las actuaciones que conforman aquel, estando ante todo constituidas por prestaciones de consultoría dedicadas al análisis del conocimiento, estrategias de marca, posicionamiento de organizaciones, identificación de clientes (en este caso usuarios de transporte público), percepción de los mismos sobre la existencia y características de las organizaciones, etcétera.



Por esta razón, conforme a lo dispuesto en la LCSP, en relación a los criterios de adjudicación de contratos de servicios que tengan por objeto prestaciones de carácter intelectual, (art.145.4 LCSP) y de acuerdo a la naturaleza del contrato, se considera adecuado que la valoración de las ofertas que se presenten incluyan criterios técnicos cuya cuantificación dependa de un juicio de valor del grado de completitud, validez y coherencia de los procedimientos metodológicos para la realización de los distintos trabajos a realizar, que puedan mejorar la selección de la empresa y, por ende, mejorar también los diferentes trabajos a realizar por la misma, de acuerdo a la siguiente ponderación

### **Justificación no división en Lotes.**

Todas las prestaciones objeto del contrato están íntimamente relacionadas entre sí y la coordinación durante su ejecución es un elemento básico e indispensable para poder garantizar la consecución de los objetivos a alcanzar, siendo fundamental que un único contratista tenga la responsabilidad y garantice el buen funcionamiento del servicio completo.

### **Penalidades**

Se han establecido un conjunto de penalidades de acuerdo con las posibilidades que otorga la LCSP y en las que se pretende abarcar todos los posibles defectos o incumplimientos en el desarrollo de los trabajos objeto del contrato, así como las posibles sanciones que acompañen a tales incumplimientos.

### **Subcontratación**

No se permite la subcontratación. Existen múltiples razones por las cuales no se considera oportuno que este servicio pueda ser a su vez subcontratado por la empresa que resulte adjudicataria.

La subcontratación de un servicio de redes sociales puede conllevar una pérdida de control sobre la marca, lo que puede significar una desconexión entre el mensaje del CRTM y el que se transmita, o una falta de coherencia en el tono, los valores y los objetivos de la marca.

Además, la subcontratación puede implicar un mayor riesgo de que se produzcan filtraciones de información confidencial o sensible.

Por otro lado, las crisis en redes sociales requieren respuestas rápidas y bien gestionadas. Si la gestión del servicio está subcontratada, la reacción ante comentarios negativos o situaciones de crisis puede ser más lenta, ya que no estarán tan cercanos a los procesos internos ni a la cultura de la organización.

En definitiva, no se permite la subcontratación del servicio de redes sociales ya que ello nos permite mantener un control más directo sobre la comunicación que se realiza, nos ayuda a proteger la imagen del CRTM, posibilita responder de manera eficiente a las necesidades de los usuarios y una mayor reacción ante una eventual crisis de comunicación, así mismo el que no haya intermediarios entre el organismo y la empresa que gestiona las redes facilita una mejor alineación con los objetivos estratégicos.

## Condiciones especiales de ejecución del contrato:

Se ha incorporado como condición especial de ejecución la obligación de organizar acciones de formación del personal encargado de la gestión de las redes sociales dirigidas a mejorar sus capacidades y cualificación profesional en materia de movilidad sostenible, en los términos establecidos en el pliego de cláusulas administrativas particulares aplicables a este contrato.

En la sociedad actual hay una mayor preocupación por el impacto ambiental de las elecciones de transporte, lo que se refleja en una preferencia creciente por marcas y productos sostenibles. Y, precisamente uno de los pilares del CRTM, y de los valores que más nos interesa promover es el respeto por el medio ambiente en todo nuestro sistema de transporte. Por ello, resulta conveniente que el personal que gestione las redes sociales esté al día con las mejores prácticas y tendencias en movilidad sostenible ya que ello puede ayudar a reforzar el mensaje.

Así mismo, con esta formación en movilidad sostenible, se pone en valor el compromiso de la organización con prácticas responsables y amigables con el medioambiente, lo que puede traducirse en una mejora de la imagen y reputación del CRTM.

En resumen, esta condición especial busca asegurar que el personal esté bien preparado y capacitado, lo que a su vez beneficia la ejecución del contrato y contribuye a los objetivos de sostenibilidad.

Madrid, a la fecha de la firma,

ASESORA TÉCNICA DE LA  
DIRECCIÓN DE RELACIONES EXTERNAS

Firmado digitalmente por: CORROTO RIOJA ANA ISABEL  
Fecha: 2025.04.16 12:56

Fdo: Ana I Corroto Rioja

EL SECRETARIO GENERAL

Firmado digitalmente por: PABLO BODEGA HERRAEZ -  
\*\*\*3549\*\*  
Fecha: 2025.04.16 13:24

Pablo Bodega Herráez