PLIEGO DE CONDICIONES TÉCNICAS PARTICULARES QUE REGULAN LA CONTRATACIÓN POR PROCEDIMIENTO ABIERTO, VARIOS CRITERIOS DE ADJUDICACIÓN DEL SERVICIO DE CAPTACION DE LEADS Y PROMOCIÓN DE LA MARCA QUE FORMALICE LA FUNDACIÓN REGO.

1. OBJETO DEL CONTRATO

1.1 DEFINICIÓN DEL OBJETO

El presente contrato tiene por objeto el servicio de captación de leads y promoción de la marca CESDA, que gestiona Fundación Rego. Para la realización de este servicio, se entiende que incluye el servicio de gestión de página web, blog, redes sociales, optimización SEO (Search Engine Optimization) en Google y Youtube, optimización SEM (Search Engine Marketing), y la creación de materiales.

En concreto, lo que se busca con este contrato es:

- Crear contenido en el blog y en las redes sociales para captar leads para los cursos de CESDA, sobre todo (1) Grado en Piloto de Aviación Comercial y Operaciones Aéreas y (2) Curso de piloto no universitario (haztepiloto), y para ayudar a estos leads a avanzar en su proceso de decisión para matricularse en CESDA.
- Ser la escuela de pilotos de España líderes en SEO
- Mantener y mejorar la página web www.cesda.com y www.haztepiloto.com
- Mejorar la imagen de marca de CESDA como una marca relevante, como referencia y para estar presente en la mente de los aspirantes a ser piloto en España

Dada la naturaleza de los estudios que se imparten en CESDA y su público objetivo, es muy importante que este servicio se dirija a gente joven y **es imprescindible que se pueda prestar en catalán, castellano e inglés indistintamente**.

1.2 TAREAS Y METODOLOGIA DE TRABAJO

Las tareas y la metodología de trabajo para el desarrollo del servicio objeto de este contrato, y una estimación aproximada del tiempo de dedicación será:

- Una reunión mensual, de forma presencial en las instalaciones de Fundación Rego (1 hora / mes)
- Una reunión semanal telefónica con el responsable de Fundación Rego (0.5 hora / semana)

- Optimizar el SEO on-page. Deberá tener una dedicación de 2 horas / semana y se presentará un report mensual
- Mejorar el SEO off-page. Deberá tener una dedicación de 1 hora / semana y se demostrará con un informe mensual. Se deberán insertar 2 posts por curso académico en periódicos o webs de alta notoriedad.
- Optimización SEM. Se gestionará la campaña SEM con un presupuesto de 500€ a 1000€ / mes (que se facturaran aparte, como suplidos), para conseguir 500 leads por curso, provenientes de SEM.
- Gestión de otras plataformas como Educaweb, emagister, yaq, cursos.com, universia, etc.y se presentará un report mensual.
- Gestionar la web cesda.com y haztepiloto.com/festepilot.cat. Programación para optimizar el funcionamiento y programación de IA tal como chat bots (6 horas /mes).
- Soporte informático en forma de programación para campañas en LinkedIn y otras redes sociales (1 hora/mes).
- Confección de la felicitación digital de Navidad.
- Crear y publicar audiovisuales (mínimo un video o audiovisual de 2 minutos al mes) y versiones cortas para otras redes.
- Crear un post para el blog de unas 700 palabras cada semana (menos la semana que se publica el audiovisual como post en el blog).
- En la gestión de redes sociales, se deberá crear contenidos y gestionar las redes sociales de mayor relevancia entre el público objetivo. En concreto, se deberá:
    - o <u>INSTAGRAM</u>
      Creación de un mínimo de 3 posts semanales
      Publicar imágenes y audiovisuales
      Promocionar la interacción y la conversación con los seguidores
    - o <u>FACEBOOK, TWITTER, LINKEDIN</u>
      Actualizar el perfil
      Replicar los contenidos de Instagram
    - o <u>YOUTUBE</u>
      Publicar 1 audiovisual al mes para conseguir salir en el buscador de YouTube para búsquedas relacionadas con la formación de pilotos
    - o <u>OTRAS REDES NUEVAS</u>
      Crear per fil y replicar/adaptar contenidos de Instagram

1.3 JUSTIFICACION LOTE ÚNICO

Es necesaria la gestión de la promoción de la marca objeto de este contrato, en los distintos espacios por una misma empresa, que disponga de una visión global de la implantación y seguimiento de los servicios. Hecho que descarta que el objeto del contrato sea susceptible de división en lotes por imposibilidad de ser individualizadas prestaciones para su ejecución independiente.

2. NECESIDAD E IDONEIDAD DEL CONTRATO. INSUFICIENCIA DE MEDIOS DE LA FUNDACION

La Fundación Rego no dispone, dentro de su plantilla, un perfil de *social media manager* profesional. Es por esto que se debe externalizar el servicio, buscando así la contratación de un servicio técnico completo y profesional.

3. ADSCRIPCIÓN DE MEDIOS MATERIALES Y/O PERSONALES EN LA EJECUCIÓN DEL CONTRATO

Para la realización del servicio objeto del presente pliego y para poder acreditar la solvencia técnica requerida, será necesario que el equipo adscrito a la ejecución del contrato sea de un mínimo de 3 personas que cubran las necesidades de los siguientes perfiles:

- un programador
- un creador de contenidos (escritos)
- un creador de contenidos audiovisuales
- un diseñador grafico
- un administrador de redes sociales

Cada una de estas personas, deberá acreditar su conocimiento y experiencia profesional y disponer de la formación adecuada, con la finalidad de asegurar el cumplimiento del objeto del contrato.

Se describe a modo de ejemplo, algunos conocimientos y capacidades que cada perfil debería poder justificar. Se justificará mediante declaración responsable incluida en el **ANEXO III** del pliego de Prescripciones Administrativas (PCAP).

- Experiencia en optimización de imágenes para web y dispositivos móviles
- Experiencia en Maquetación *web responsive*
- Experiencia en maquetación, edición, optimización de originales digitales (panfletos, catálogos, revistas, cartelería, roll-ups, impresión en gran formato, otras creatividades offline, etc.)
- Conocimientos en la arquitectura de la información
- Capacidad creativa para la resolución de necesidades gráficas
- Capacidad de adaptar creatividades a diferentes formatos y soportes
- Conocimientos de tipografías y su utilización
- Conocimientos de los formatos de archivo de imágenes y su uso
- Capacidad de retoque y tratamiento fotográfico
- Capacidad para buscar imágenes de temática específica tanto de galería de compra, como gratuitas
- Capacidad de adaptación a nuevas tendencias de diseño y criterio para implantarlas

- Capacidad de síntesis para crear infografías a partir de un briefing textual o esquemático
- Conocimientos de Google AdWords y publicidad en redes sociales
- Agilidad y resolución rápida de las tareas
- Capacidad para ser puntual en las entregas
- Experiencia acreditable en tareas y trabajos similares.
- Etc.

4. CRITERIOS DE ADJUDICACIÓN

A) CRITERIOS NO EVALUABLES AUTOMÁTICAMENTE (CRITERIOS SUJETOS A JUICIO DE VALOR) (MÁXIMO 60 PUNTOS)

Para la valoración sujeta a juicio de valor de las proposiciones, cada licitador deberá aportar:

I. Una memoria técnica, y (máximo 35 puntos)
II. Un *book* o portfolio de proyectos realizados (en formato PDF y cuyos contenidos existan publicados en la web del licitador y que sea públicamente accesible en la web del licitador) (máximo 25 puntos).

Aquellas ofertas que no logren, como mínimo, un 50% de la puntuación máxima prevista para los criterios sujetos a juicio de valor, serán excluidas de la licitación mediante resolución motivada de la mesa de contratación.

I. MEMORIA TÉCNICA: (Máximo 35 puntos)

Cada licitador deberá aportar una memoria con una extensión no superior a 15 páginas a doble cara, que deberá respetar la siguiente estructura e incluir cualquier aclaración específica o compromiso que estime de interés para una adecuada apreciación de la propuesta.

I.A) Presentación de la empresa (Máximo 3 puntos)

Definición y explicación de la visión, misión y valores de la empresa.

I.B) Posicionamiento SEO (Search Engine Optimization) (Máximo 10 puntos)

Se valorará:

- Exposición de un éxito, con detalles, de mejora del SEO de un cliente y se valorará la similitud del caso con www.cesda.com. La exposición deberá contener todos o algunos de los siguientes aspectos:
    - Definición de la estrategia llevada a cabo para el posicionamiento de los programas de los lugares webs asociados a la campaña en castellano y catalán e inglés. Metodología de identificación y análisis de las palabras clave trabajadas, así como sistema de seguimiento de su adecuación y frecuencia.
    - Recomendaciones de usabilidad.
    - Definición de metodología de seguimiento de las acciones llevadas a cabo con los PM y con el resto del equipo del departamento de marketing, detallando los instrumentos utilizados y estructura de visualización
    - Detalle del sistema de reporting del posicionamiento de los programas según perfiles profesionales, tipos de contenido y timing.
    - Criterios y definición de la estrategia de linkbuilding (incremento periódico de enlaces externos verso el sitio web).

- Indicación de un éxito de SEO off page.

I.C) Posicionamiento SEM (Search Engine Marketing) (Máximo 4 puntos)

Se valorará:

Exposición de un éxito, con detalles, de mejora del SEM de un cliente y se valorará la similitud del caso con www.cesda.com. La exposición deberá contener todos o algunos de los siguientes aspectos:

- Propuesta de sistema de seguimiento de las campañas (reporting), por partida presupuestaría, palabra clave y ubicación. Estructura de visualización y plataforma utilizada.
- Criterios de revisión y actualización de listas de palabras clave para cada uno de los cursos a la red GDN y frecuencia.
- Definición de elementos a considerar a la hora de crear anuncios y posicionarlos por la mejora de la conversión.

I.D) Gestión de redes sociales (Máximo 8 puntos)

Se valorará:

- Definición de la estrategia de cada una de las redes sociales para CESDA (Instagram, Youtube, Facebook, LinkedIn), según el público objetivo, especificando la tipología de la acción publicitaria.
- Propuesta de informes de campaña para CESDA que detallen el sistema de medida del retorno de las acciones, definiendo tipo de información a mostrar y frecuencia.

I.E) Gestión web, blog y audiovisuales (Máximo 10 puntos)

Se valorará:

La propuesta formulada por el licitador sobre:

- tres temas para audiovisuales para incluir en el blog de CESDA, en las redes sociales y en YouTube y con qué objetivos, y
- tres temas que pueden ser interesantes para el blog de cesda.com y con qué objetivos

II. <u>BOOK O PORTFOLIO:</u> (Máximo 25 puntos)

El licitador deberá aportar un *book* o *portfolio* de proyectos realizados que incluya mínimo un audiovisual (en formato PDF y cuyos contenidos existan publicados en la web del licitador). Serán proyectos realizados con anterioridad y demostrando su autoría para otros clientes.

Del *book* o *portfolio* de trabajos se valorará la línea gráfica de los trabajos y la maquetación según la puntuación máxima siguiente:

- **Calidad estética y técnica de los trabajos (máximo 10 puntos)**
  Se analizarán las características de los diseños desde un punto de vista formal (márgenes, distancias, uso de reglas, *grids* de maquetación, etc.). Asimismo, se valorarán los aspectos relacionados con la composición, jerarquización y distribución de la información que permita una fácil lectura, que se destaquen las principales ideas, la nitidez del texto y la ubicación de la marca, etc.

- **Originalidad, creatividad y carácter innovador (máximo 10 puntos)**
  Se valorará el carácter innovador de las maquetaciones y diseños presentados. Uso del color, texturas, tipografías y otros elementos decorativos en los diseños.

- **Relación de trabajos con el sector de la formación (máximo 5 puntos)**
  Se valorará que los trabajos presentados en el book o portfolio tengan relación con el ámbito educativo y de la formación universitaria, y hayan sido dirigidos a colectivos de gente joven. El valor añadido que aporta radica en el conocimiento del público objetivo a quien se dirige la publicidad, el conocimiento también de la tipología de producto al que hacen referencia las piezas de comunicación y en definitiva, al hecho de contar con la experiencia profesional vinculada al sector, hecho que posiblemente incidirá de forma favorable en la afinidad de impacto hacia el potencial cliente.

B) <u>CRITERIOS EVALUABLES AUTOMÁTICAMENTE (CRITERIOS OBJETIVOS)</u> (MÁXIMO 40 PUNTOS)

I. **<u>Precio de la oferta económica (máximo 30 puntos)</u>**

La oferta económica deberá presentarse según el modelo del **<u>ANEXO IV</u>** del Pliego de cláusulas Administrativas (PCAP) (se valorará la oferta global, pero deberá detallarse por apartados tal y como se indica en el modelo).

$$30 \times \frac{\text{Precio de la oferta más económica}}{\text{Precio de la oferta que se puntúa}}$$

II. **<u>MOZ domain authority (máximo 7 puntos)</u>**

Se deberá acreditar un caso de éxito de la inserción de un link del cliente en una página web con la obtención del MOZ Domain authority rank correspondiente, y el cual se valorará:

- De 0 a 40 -> 0 puntos
- De 41 a 60 -> 2 puntos
- Superior a 60 -> 7 puntos

Se acreditará con la mención y referencia en el Apartado b) del modelo del **<u>ANEXO IV</u>** del Pliego de cláusulas Administrativas (PCAP).

III. **<u>Compromiso de reuniones presenciales (máximo 3 puntos)</u>**

Compromiso de reunirse en las dependencias de Fundación Rego para reuniones de trabajo, revisión de briefings, diseños, adaptaciones, etc.

Se acreditará con la mención en el Apartado b) del modelo del **<u>ANEXO IV</u>** del Pliego de cláusulas Administrativas (PCAP).

Criterios de desempate: en aplicación del que establece el artículo 147 de la LCSP, serán preferentes las proposiciones de las empresas que, en el momento de acreditar la solvencia técnica, por orden:

1 º.- tengan en su plantilla un porcentaje de trabajadores con discapacidad superior al 2%.
2. º- dispongan de un mayor porcentaje de trabajadores fijos con discapacidad en su plantilla.
3. º- se dediquen específicamente a la inserción laboral de personas en situación de exclusión laboral.
4. º- dispongan de medidas tendentes a promover la igualdad efectiva entre mujeres y hombres en el mercado de trabajo.

La documentación acreditativa de los criterios de desempate a que se refiere el presente apartado será aportada por los licitadores en el momento en que se produzca el empate, y no con carácter previo.