



FRAY FRANCISCO
JIMÉNEZ DE CISNEROS
FUNDACIÓN UNIVERSITARIA

INFORME SOBRE LA VALORACIÓN DE LAS OFERTAS TÉCNICAS PRESENTADAS POR LOS LICITADORES EN EL EXPEDIENTE DE CONTRATACIÓN PARA LA ADJUDICACIÓN DEL SERVICIO SEO Y SEM PARA EL CES CARDENAL CISNEROS.

1. INTRODUCCIÓN.

El CES Cardenal Cisneros requiere de los servicios de una agencia que se encargue de la gestión de SEO y SEM. El objetivo es la optimización del funcionamiento de la página web que sirva para que aumente el tráfico orgánico y mejorar nuestro posicionamiento en buscadores. Asimismo, también necesitamos tener una mayor presencia digital y conseguir leads para atraer a futuros alumnos.

El marketing digital es clave hoy en día en cualquier estrategia de comunicación y contar con profesionales que entiendan nuestras necesidades y cuenten con las herramientas necesarias para implementar acciones que sirvan para conseguir nuestros objetivos.

2. OBJETO.

El objeto del presente informe es el análisis de las ofertas técnicas presentadas por los licitadores en el marco del expediente de contratación nº **127/23** publicado por la Fundación Universitaria Fray Francisco Jiménez y, por ende, la asignación de la puntuación de los criterios cuya cuantificación depende de un juicio de valor. En este sentido, cada licitador puede obtener una puntuación máxima de 49 puntos.

3. OBSERVACIONES.

Hemos analizado las ofertas presentadas por dos agencias: **Inka Marketing y Talento Transformación Digital**. Destacamos que todas muestran solvencia en el manejo de las herramientas necesarias para la prestación del servicio demandado.

Como apunte podemos indicar que la empresa Talento Transformación Digital ha prestado el servicio SEO y SEM en los últimos dos años, por lo que cuenta con experiencia previa de conocimiento de las necesidades y cultura del Centro. No obstante, también destacamos en el caso de Indra Marketing que cuenta con una experiencia más dilatada en el ámbito universitario en el entorno de Madrid, lo que puede contribuir a que tenga un mayor conocimiento del contexto en el que se mueve el CES Cardenal Cisneros y sus intereses.

4. ANÁLISIS INDIVIDUALIZADO DE LAS OFERTAS.

4.1 Inka Marketing. Puntuación total obtenido 49 puntos.

A) Adaptación de la propuesta a los objetivos establecidos. Puntuación máxima: 10 puntos.

El objeto de la licitación es la contratación de los servicios para la gestión del SEO y SEM en favor de la Fundación Universitaria Fray Francisco Jiménez de Cisneros en relación con el CES Cardenal Cisneros.

El servicio consistirá en la planificación y gestión del SEO donde se incluye la auditoría de la web, la recuperación de enlaces perdidos, la revisión y estado del sitemap, revisión de etiquetas o mantenimiento normal del SEO (*la información completa se recoge en las páginas 5 y 6 del pliego de condiciones técnicas*) y la planificación y gestión del SEM (*recogida en la página 6, 7 y 8 del pliego de condiciones técnicas*).

En el informe presentado por la empresa se recoge de manera detallada la respuesta que dará a los puntos que se contienen en los pliegos técnico, tanto en lo que se refiere a la gestión SEO como SEM.

En la gestión SEO se hace un análisis pormenorizado del proceso de auditoría y mantenimiento web para su optimización y consecución de mejores resultados.

En la gestión SEM se detallan las acciones tanto de Social Ads como de Google Ads que se desarrollarán para la consecución de los objetivos recogidos en el pliego de condiciones técnicas.

Asimismo, incluye el asesoramiento en la gestión de redes sociales del Centro, haciendo un análisis de la situación actual y de las propuestas que podrían contribuir a su mejora.

Además, la agencia Inka Marketing incluye propuesta de mejora en las acciones de Marketing, no exigidas en el pliego, y que pueden contribuir a mejorar el desarrollo del proyecto.

Por lo expuesto, la puntuación obtenida es de: 10 puntos

B) Adaptación de la propuesta a la cultura y estructura organizativa de la Fundación y del CES Cardenal Cisneros. Puntuación máxima: 20 puntos.

La empresa muestra en su propuesta un conocimiento de los principales valores de la Fundación y del CES Cardenal Cisneros, haciendo referencia a cuestiones como el momento de creación del Centro. También destacamos que resalta alguno de los principales valores de la organización, indicando "...reflejar el compromiso del CES Cardenal Cisneros con la atención personalizada y la formación rigurosa", sin duda dos de las señas de identidad del Centro.

Otro de los puntos que nos parece interesante destacar es la referencia a la adscripción a la Universidad Complutense de Madrid, la marca UCM está

estrechamente vinculada a la marcha CES Cardenal Cisneros y por tanto es muy reseñable que se incluya esta referencia.

Por lo expuesto, la puntuación obtenida es de: 20 puntos.

C) Calidad de las herramientas utilizadas para la elaboración de los informes de seguimiento. Puntuación máxima: 9 puntos.

La empresa se compromete a entregar informes mensuales de seguimiento de los resultados para evaluar el nivel de cumplimiento de los objetivos, que estarán apoyados por elementos gráficos para hacerlos claros y fáciles de entender y que incluirán los KPIs más relevantes.

Asimismo, destaca el hecho de que incluya la posibilidad de ver el día a día de la evolución de las acciones que lleven a cabo conectándose a un documento Power BI que podrá consultarse en tiempo real.

Asimismo, según los datos aportados sobre herramientas que utilizarán en el desarrollo del servicio muestra que se trata de herramientas de calidad para el desempeño de los servicios que necesita el CES Cardenal Cisneros.

Por lo expuesto, la puntuación obtenida es de: 9 puntos.

D) Experiencia de las licitadoras en el desarrollo de la actividad objeto del contrato y especial relevancia a la experiencia previa en el ámbito universitario. Puntuación máxima 10 puntos.

El portafolio que aporta la empresa muestra que ha realizado trabajos similares al que es objeto de esta licitación en otras instituciones universitarias en el entorno de Madrid. Así, se inician como clientes actuales o pasados la Escuela de Organización Industrial, CEU Policlínica Universitaria, ESIC, o EAE Business School con las que se han realizado proyectos relacionados con la captación de leads, campañas de social Ads y Google Ads o desarrollo de estrategia digital para la venta de cursos.

Para el CES Cardenal Cisneros es especialmente relevante que la agencia que se va a encargar de la gestión de nuestra estrategia de SEO y SEM tenga experiencia previa en el ámbito universitario, así como que haya trabajado con empresas de prestigio como Correos.

Por lo expuesto, la puntuación obtenida es de: 10 puntos.

4.2 Talento Transformación Digital. Puntuación total obtenida 30 puntos.

A) Adaptación de la propuesta a los objetivos establecidos. Puntuación máxima 10 puntos.

El objeto de la licitación es la contratación de los servicios para la gestión del SEO y SEM en favor de la Fundación Universitaria Fray Francisco Jiménez de Cisneros en relación con el CES Cardenal Cisneros.

El servicio consistirá en la planificación y gestión del SEO donde se incluye la auditoría de la web, la recuperación de enlaces perdidos, la revisión y estado del sitemap, revisión de etiquetas o mantenimiento normal del SEO (*la información completa se recoge en las páginas 5 y 6 del pliego de condiciones técnicas*) y la planificación y gestión del SEM (*recogida en la página 6, 7 y 8 del pliego de condiciones técnicas*).

En el informe presentado por la empresa se recoge de manera detallada la respuesta que dará a los puntos que se contienen en los pliegos técnico, tanto en lo que se refiere a la gestión SEO como SEM.

La empresa desarrolla cuál sería la metodología de trabajo utilizada para el desarrollo de las acciones recogidas en el pliego. Detalla el plan de trabajo tanto en lo que se refiere a SEO como a SEM incluyendo de qué forma se desarrollarían todos los puntos requeridos por el CES Cardenal Cisneros para la prestación del servicio objeto del contrato.

En la estrategia SEM destaca la propuesta de la definición de nuevas audiencias que completen lo recogido en los pliegos técnicos, pero no se recoge ninguna otra acción de mejora.

Por lo expuesto, la puntuación obtenida es de: 7 puntos

B) Adaptación de la propuesta a la cultura y estructura organizativa de la Fundación y del CES Cardenal Cisneros. Puntuación máxima: 20 puntos.

La empresa muestra en su propuesta un conocimiento de la labor que se desarrolla en el CES Cardenal Cisneros indicando que el objetivo del centro, cuya entidad titular es la fundación, “es la formación de profesionales” y resaltando el compromiso con la educación, la reflexión y la innovación educativa.

Asimismo, muestran un conocimiento de cuál es el perfil del público al que se dirige esta institución y diseñan un plan de acción basado en estos extremos.

Sin embargo, y a pesar de que ha sido la agencia encargada de prestar el servicio durante los últimos dos años, no hace referencia a aspectos tan importantes como la vinculación de la marca CES Cardenal Cisneros a la de Universidad Complutense de Madrid, algo clave para conocer la cultura y estructura de nuestro Centro, como centro adscrito a la UCM.

Por lo expuesto, la puntuación obtenida es de: 10 puntos.

C) Calidad de las herramientas utilizadas para la elaboración de los informes de seguimiento. Puntuación máxima: 9 puntos

La empresa se compromete a entregar informes mensuales de seguimiento de los resultados que permitirán evaluar el nivel de cumplimiento de objetivos, mejorar la estrategia y optimizarla. Además, destaca que se realizarán informes de incidencias o temas concretos que se soliciten por parte del CES Cardenal Cisneros.

Los informes, precisa en su propuesta Talento, estarán apoyados por elementos gráficos y serán claramente visuales para facilitar la comprensión de toda la información.

Para ello precisan las herramientas que utilizarán para la tarea de analítica web. Destaca, además, que en dichos informes se incluirán comparativas con los resultados de meses anteriores para observar cuál es la evolución de las acciones puestas en marcha.

Sin embargo, no hace referencia a la posibilidad de tener una plataforma en la que se pueda conocer en tiempo real la evolución de las campañas.

Por lo expuesto, la puntuación obtenida es de: 6 puntos.

D) Experiencia de las licitadoras en el desarrollo de la actividad objeto del contrato y especial relevancia a la experiencia previa en el ámbito universitario. Puntuación máxima 10 puntos.

Una de las fortalezas de la empresa es que ha trabajado previamente en la gestión del servicio de SEO y SEM para el CES Cardenal Cisneros. Asimismo, en su portfolio incluye otros proyectos relacionados con la formación como el que desarrolla con la Universidad Europea Miguel Cervantes, la Facultad de Medicina de la Universidad de Sevilla o la Universidad de Oviedo. Si bien es cierto, que excluyendo el CES Cardenal Cisneros, ninguno de estos centros universitarios se encuentra en el contexto madrileño, por lo que el conocimiento del contexto en el que se desarrolla nuestra actividad no es extenso.

Tener conocimiento de lo que hace nuestra competencia directa es clave para desarrollar una estrategia que funcione de forma óptima.

Por lo expuesto, la puntuación obtenida es de: 7 puntos.

5. CONCLUSIONES

En virtud de lo expuesto en el presente informe se incluye la siguiente tabla resumen en relación con la asignación individual de la puntuación sobre los criterios evaluables por juicio de valor y el total obtenido por cada una de las empresas licitadoras.

	A (Max. 10)	B (Max. 20)	C (Max. 9)	D (Max. 10)	TOTAL
Inka Marketing	10	20	9	10	49
Talento Transformación Digital	7	10	6	7	30

MADRID, 28 DE NOVIEMBRE DE 2023
REBECA ALCÁNTARA GARRIDO
RESPONSABLE DEL DEPARTAMENTO DE
COMUNICACIÓN Y MARKETING DEL CES CARDENAL CISNEROS

