

PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS QUE HAN DE REGIR EN LA CONTRATACIÓN DE LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS PARA LA EJECUCIÓN DE LOS TRABAJOS RELACIONADOS CON LA PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA EN MEDIOS DIGITALES (SEO, SEM y APOYO EN LA GESTIÓN DE CANALES PROPIOS) PARA EL CES CARDENAL CISNEROS

CAPÍTULO I. INFORMACIÓN SOBRE LA FUNDACIÓN UNIVERSITARIA FRAY FRANCISCO JIMÉNEZ DE CISNEROS Y EL CES CARDENAL CISNEROS.

1. ¿Quiénes somos?

La Fundación Universitaria Fray Francisco Jiménez de Cisneros (en adelante “la Fundación”) es una organización sin ánimo de lucro, constituida por la Comunidad de Madrid, que tiene afectado de modo duradero su patrimonio a la realización de sus fines de interés general. La Fundación tiene por objeto la enseñanza universitaria a través del Centro de Enseñanza Superior Cardenal Cisneros (en adelante “CES Cardenal Cisneros”).

El CES Cardenal Cisneros es un Centro Universitario privado, no confesional, adscrito a la Universidad Complutense de Madrid (UCM) desde 1971. Ubicados en el epicentro del barrio de Salamanca, una de las áreas geográficas con mayor renombre de Madrid, el CES Cardenal Cisneros cuenta con casi medio siglo de experiencia en la enseñanza universitaria de calidad y cercanía con el estudiante.

2. Oferta de servicios del CES Cardenal Cisneros.

Cabe poner de relieve que el CES Cardenal Cisneros imparte las siguientes titulaciones oficiales de la Universidad Complutense de Madrid:

- Grado en Derecho
- Grado en Administración y Dirección de Empresas
- Doble Grado Derecho-ADE
- Grado en Psicología
- Máster Oficial de Acceso al Ejercicio de la Abogacía y la Procuración
- Máster Oficial en Psicología General Sanitaria

Adicionalmente, el CES Cardenal Cisneros cuenta con titulaciones de carácter propio en las distintas áreas en las que se posiciona como centro de enseñanza superior de referencia que se



gestionan a través del Instituto de Posgrado e Investigación del CES Cardenal Cisneros, a saber: ramas del Derecho, la Psicología y la Administración y Dirección de Empresas. Vinculado de forma directa al CES Cardenal Cisneros se encuentra, además, el Instituto Universitario de Liderazgo dedicado, principalmente, a la impartición de estudios especializados en el ámbito del liderazgo, con especial foco en la comunicación.

3. Propuesta de valor del CES Cardenal Cisneros.

En el actual contexto de saturación de la competencia en el sector educativo, especialmente en el ámbito universitario, el CES Cardenal Cisneros cuenta con una propuesta de valor adaptada a una realidad caracterizada por el cambio constante para así lograr la adaptación a las necesidades del alumnado, prestando atención a las particularidades de cada caso. Esta propuesta de valor se compone de algunas ideas fuerza que deben ponerse de relieve para comprender la dimensión y actividad del CES Cardenal Cisneros:

- **Centro adscrito a la UCM:** si bien es cierto que el CES Cardenal Cisneros busca un posicionamiento independiente a la Universidad Complutense de Madrid (UCM), el hecho de que sus títulos sean expedidos y avalados con el sello de calidad Complutense es un claro valor añadido.
- **Becas y financiación:** la naturaleza jurídica de la Fundación titular del CES Cardenal Cisneros hace que la Institución cuente con fondos para la constitución de becas propias para cursar estudios en el centro (tanto ayudas al estudio como becas de excelencia).
- **Formación personalizada:** desmarcándose de los centros educativos que priorizan el volumen, el CES Cardenal Cisneros pone el foco en la personalización de los planes de estudio para ayudar al alumnado en la definición de su proyección profesional.
- **Profesorado de renombre y calidad notoria:** el CES Cardenal Cisneros cuenta con un equipo docente de primer nivel entre los que se encuentran algunos de los mayores expertos de las ramas de conocimiento en las que se enmarcan sus enseñanzas.

4. Finalidad perseguida.

Es interés de la Fundación que todos los trabajos relativos a las actividades de Search Engine Marketing (SEM), Search Engine Optimization (SEO) y Community Management se enmarquen en un plan estratégico único que garantice la omnicanalidad y transversalidad de la propuesta. Para ello, resulta necesaria la contratación de una empresa especializada con capacidad para dar respuesta integral a los requerimientos estratégicos, de planificación, de apoyo, de consultoría y de ejecución de todas estas actividades.



Habida cuenta de lo anterior, el objetivo obedece a: desarrollar una estrategia integral de captación, conversión y fidelización capaz de ayudar a la construcción de un *customer relationship management* (CRM) sólido para el posterior seguimiento de los *warm leads* y contribuir así a la ampliación de la comunidad universitaria, especialmente, para el Grado de Derecho, el Grado de Administración y Dirección de Empresas, y el doble Grado Derecho-ADE; Grado en Psicología, así como los programas propios del CES Cardenal Cisneros y la promoción de la formación del Instituto Universitario de Liderazgo del CES Cardenal Cisneros.

CAPÍTULO II. OBJETO DE LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS

Cláusula 1. Objeto del contrato

El objeto del presente pliego de condiciones técnicas radica en la contratación de los servicios para la gestión del SEO, SEM y el apoyo en la gestión de los canales propios del CES Cardenal Cisneros, entendiéndose a tal efecto la página web, las redes sociales, la newsletter y cualquier otro canal que pudiese implementarse en el marco de la estrategia de comunicación de forma ulterior a la publicación de este pliego y el inicio de la ejecución de la planificación estratégica en medios digitales para la consecución de los objetivos detallados en la Cláusula 2 (dos).

Cláusula 2. Objetivos del CES Cardenal Cisneros

La planificación estratégica en medios digitales presentada por el Contratista, deberá dar respuesta a los siguientes objetivos generales (tómese en consideración que estos se detallan en orden de prioridad para la Fundación):

1. Incrementar el número de nuevos alumnos a través de la construcción de la captación de *warm leads* y el posterior trabajo de seguimiento y *retargeting* para lograr su conversión en relación con los grados de Derecho, Administración y Dirección de Empresas, el doble Grado de Derecho-ADE, Grado en Psicología y Máster en Acceso al Ejercicio de la Abogacía y la Procura; Máster en Psicología General Sanitario.
2. Incrementar el número de nuevos alumnos a través de la captación de *warm leads* y el posterior trabajo de seguimiento y *retargeting* para lograr su conversión en relación con los títulos propios del Instituto de Investigación y Posgrado CES Cardenal Cisneros, así como la oferta de programas del Instituto Universitario de Liderazgo.
3. Incidir en la fidelización de los actuales alumnos del CES Cardenal Cisneros y mejorar el *retargeting* en los potenciales estudiantes para contribuir a los objetivos 1 (uno) y 2 (dos).



4. Establecer las pautas y líneas generales para la correcta y efectiva ejecución de la estrategia de comunicación del CES Cardenal Cisneros en redes sociales.
5. Mejorar la notoriedad del CES Cardenal Cisneros, así como su oferta de servicios y su equipo docente.
6. Trabajar en la construcción de reputación, del CES Cardenal Cisneros en el marco de la estrategia de captación y afiliación.
7. Ayudar al posicionamiento del CES Cardenal Cisneros como Institución Universitaria de prestigio y referencia científica, académica y profesional en todas las áreas de docencia impartida.

Cláusula 3. Segmentación y *Buyer Persona*

A continuación, se define una primera aproximación de la segmentación y *Buyer Persona* identificados por el CES Cardenal Cisneros, que deberán ser complementados y definidos por el Contratista en el marco de la presentación de la planificación estratégica en medios digitales.

- **Buyer Persona 1.** Personas con edades comprendidas entre los 17 (diecisiete) y los 22 (veintidós) años que valoran el inicio de sus estudios universitarios en las ramas de conocimiento impartidas.
- **Buyer Persona 2.** Jóvenes con edades comprendidas entre los 22 y los 30 años que, habiendo cursado estudios universitarios en las ramas de conocimiento del Derecho o la Administración y Dirección de Empresas, bien en el CES Cardenal Cisneros u otra Institución, valoran el inicio de sus estudios de máster o posgrado.
- **Buyer Persona 3.** Padres o tutores legales de jóvenes con edades comprendidas entre los 17 y los 30 años que consideran que el nivel de madurez de sus hijos no es suficiente para tomar decisiones de carácter tan relevante como el centro en el que cursarán sus estudios universitarios.
- **Buyer persona 4.** Profesionales de referencia e influencia en las ramas de conocimiento de la Psicología, el Derecho y la Administración y Dirección de Empresas, así como las Instituciones para las que prestan sus servicios y quieran ampliar su conocimiento en alguna de las materias impartidas.
- **Buyer persona 5.** Profesionales, con edades comprendidas entre los 30 y los 45 años, cuya actividad profesional se enmarca en las ramas de conocimiento de la Psicología, el Derecho, la Administración y Dirección de Empresas. A pesar de que su carrera



profesional inició hace tiempo, éstos buscan complementar sus conocimientos y elevar su perfil de cara a medrar en el mundo laboral.

Cláusula 4. Operativa y enfoque estratégico planteado por el CES Cardenal Cisneros

El CES Cardenal Cisneros, habiendo analizado algunos de los parámetros que se encuentran a su disposición, ha llevado a cabo una aproximación estratégica de la operativa que deberá tomarse en consideración para la planificación estratégica en medios digitales, que pone a disposición del potencial Contratista para ayudar a la concreción de las acciones necesarias para la consecución del objetivo último: incrementar el número de inscripciones o matriculaciones detalladas en la Capítulo 2 (dos) del presente pliego.

Desarrollo de una planificación estratégica en medios digitales capaz de adaptar su desempeño a la temperatura del *lead* en cada canal para así ayudar a la consecución de *warm leads* de negocio para la construcción de una base de datos (CRM), cuyo seguimiento para lograr la “adquisición” será labor del CES Cardenal Cisneros.

Cláusula 5. Criterios específicos de la prestación del servicio.

El objeto del presente contrato es la planificación estratégica en medios digitales, dividido en tres áreas interrelacionadas (SEO, SEM y canales propios), que deberán encontrar respuesta a sus necesidades en los servicios ofertados por el Contratista así como otras estrategias complementarias que el Contratista pueda ofertar para conseguir los objetivos marcados.

5.1 Prestación de servicios de SEO

El CES Cardenal Cisneros requiere del Contratista la mejora del posicionamiento orgánico en motores de búsqueda de su oferta de servicios, siendo necesaria la planificación estratégica de estas actividades.

A este respecto, la parte de la propuesta relativa al Search Engine Optimization (SEO) deberá contener los siguientes extremos:

1.- Realización de auditoría inicial de SEO en relación con todas las páginas web que pertenezcan a la Fundación, permitiendo así la realización de una consultoría estratégica cimentada en el conocimiento del canal, que deberá incluir:

- Recuperación de los enlaces perdidos.
- Mantenimiento de los enlaces, tiempo de carga y respuesta de la página web.



- Estado de sitemap y revisión de incidencias en relación con Google Search Console, así como cualquier otra configuración necesaria.
- Revisión de etiquetado y METAS.
- Revisión completa de toxicidad del dominio (riesgos de penalización).
- Revisión de ficheros Disavow comunicados a Google y su actualización.
- Revisión del comportamiento responsive de la página web.
- Revisión de la User Experience (UX) para mejorar la experiencia de usuario en la navegación, facilitando así la captación de leads orgánicos.

2.- Mantenimiento habitual del SEO de todas las páginas web que pertenezcan a la Fundación, atendiendo a las necesidades que esto conlleva, entre las que destacan las siguientes:

- Mantenimiento de Google SearchConsole.
- Revisiones mensuales de enlaces perdidos y recuperación.
- Revisiones trimestrales de nivel de riesgo SPAM.
- Construcción de una estrategia de *backlinks* capaz de mejorar el posicionamiento orgánico.
- Atención a la planificación de nuevas secciones o contenidos SEO.
- Optimización de contenidos específicos.
- Resolución de consultas de SEO en general.
- Asesoramiento y coordinación con el Departamento de Comunicación del CES Cardenal Cisneros, en materia de contenidos web para optimización de la misma.
- Analítica y web CRO (Optimización ratio conversiones). El contratista deberá analizar datos más allá del *reporting*. Este análisis se centrará en la búsqueda de insights en los datos que lleven a acciones de cambio para producir mejores resultados en el sitio web anteriormente citado.

5.2 Prestación de servicios de SEM

De igual forma, la planificación estratégica en medios digitales deberá incluir una estrategia de *Search Engine Marketing* (SEM), adaptada a las necesidades de la Fundación, tomando como referencia la experiencia del Contratista con campañas anteriores en empresas similares. La relación de servicios requeridos al Contratista por parte de la Fundación se detalla a continuación:

- Definición de la estrategia de captación y afiliación.
- Identificación de los mensajes más apropiados por canal.



- Adaptación de los mensajes y contenidos para su alineamiento con la estrategia de comunicación orgánica, entendida como *Public Relations* (PR), que el CES Cardenal Cisneros lleve a cabo en cada momento, siendo posible la escisión de los mensajes siempre y cuando el Contratista lo requiera necesario para mejorar el performance de las campañas.
- El Contratista será el responsable de la gestión de las cuentas de Google Adwords y Facebook Ads para la correcta ejecución de la planificación estratégica en medios digitales, tomando en consideración todos los formatos que esta modalidad de promoción permite, en las modalidades de pago a las que requiera cada canal, en función de las recomendaciones del Contratista para la consecución de los objetivos: CPC (coste por clic), CPM (coste por cada mil impresiones), CPA (coste por adquisición), CPL (coste por *lead*).
 - El Contratista será responsable de la gestión de la cuenta de Facebook Ads dentro de un entorno de Facebook Business Manager, donde estarán alojadas las campañas de pago por clic.
 - El Contratista será el responsable de la gestión de la cuenta de Google Adwords donde estarán todas las campañas de pago por clic, tanto en search como *display* o *remarketing*, según la estrategia más adecuada.

Los principales formatos que la Fundación propone para la planificación estratégica en medios digitales, en base a su experiencia previa, y sin condicionar todas aquellas recomendaciones estratégicas que el Contratista pudiese incluir en su propuesta, son los siguientes:

- Formato nativo digital.
- *E-mail marketing*.
- Formato *display*.
- Impacto por geolocalización.
- Impacto a través del uso del marketing automation.
- *Retargeting* de *warm leads* o *leads* recurrentes.
- Publicidad en Instagram.
- Publicidad en Twitter.
- Publicidad en LinkedIn.

La ejecución de la estrategia de SEM por parte del Contratista para la Fundación, deberá incluir, además:

- Diseño y creación de los *banners* necesarios y su adaptación responsive para cada uno de los canales seleccionados.



- Ajustes estratégicos constantes en las pujas en función de los canales con mejor *performance*.
- Optimización de las *landings* de destino.
- Diseño de landings de destino y formularios que eviten los puntos de fuga del usuario.
- Control de efectividad por grupos de anuncios.
- Propuesta de nuevas audiencias.

5.3 Informe de actividad y resultados del plan estratégico en medios digitales (SEO y SEM)

Con periodicidad mensual, el Contratista deberá llevar a cabo un informe de actividad y resultados de las campañas ejecutadas, que se enviará entre los días 1 y 5 de cada mes, y se analizará de forma pormenorizada en una reunión de status mensual concertada con el responsable de Comunicación y Marketing del CES Cardenal Cisneros.

A tales efectos, y con el objetivo principal de llevar un control exhaustivo para la correcta coordinación de las labores de promoción de la oferta de servicios de la Fundación, tal informe deberá incluir algunos puntos esenciales, siendo posible ser complementados con aquellas recomendaciones que el Contratista considere oportunas:

- Informe de actividad (labores realizadas por el Contratista para el CES Cardenal Cisneros).
- *Mapping* de temperatura del *lead* por canal con el objetivo de permitir al responsable de Comunicación y Marketing del CES Cardenal Cisneros conocer al detalle el estado y *performance* de las campañas activas.
- Key Performance Indicators (KPI) divididos por cada una de las campañas activas, incluyendo datos como el *click through rate* (CTR) medio en cada uno de los canales, o el coste final en cada uno de los estadios en los que se enmarca la acción.
- *Key learnings* o aprendizajes clave extraídos de cada una de las campañas activas para así permitir al responsable de Comunicación y Marketing del CES Cardenal Cisneros los ajustes estratégicos necesarios en cada momento.

5.4 Consultoría estratégica para la correcta gestión de los canales sociales

Si bien es cierto que la gestión de redes sociales o Community Management seguirá siendo desarrollado por la Fundación de forma interna, será labor del Contratista ofrecer su asesoramiento para la preparación y calendarización de contenidos y formatos más apropiados para lograr el crecimiento orgánico de la comunidad. Algunos de los aspectos requeridos serán:

- Consultoría y asesoría *ongoing*.



- Definición del tono a emplear en canales sociales.
- Identificación de los mensajes clave a transmitir por canal.
- Soporte puntual en la redacción y preparación de contenidos.
- Recomendación de los formatos más apropiados para cada uno de los canales propios de CES Cardenal Cisneros (Twitter, LinkedIn, Instagram y Tik Tok).
- Soporte puntual en la elaboración, redacción y calendarización de los contenidos para obtener los mejores resultados.

Cláusula 6. Limitación presupuestaria

La empresa adjudicataria tendrá que gestionar y proponer la contratación - que, en todo caso, formalizará la Fundación - para el desarrollo de la oferta presentada de conformidad con los límites presupuestarios y los requisitos técnicos acordados anualmente. En este sentido, la Fundación cuenta con una previsión de gasto para la planificación estratégica en medios digitales que asciende a un total de **100.000 € (CIEN MIL EUROS)** netos anuales.

En las ofertas que presenten las empresas licitadoras, se deberá definir la presentación de cada uno de los servicios de acuerdo con el límite presupuestario. En ningún caso se podrán definir servicios que a la Fundación le supongan un incremento de dicho gasto.

Cláusula 7. Tiempo de respuesta.

El Contratista atenderá las solicitudes de la Fundación siendo el tiempo general de respuesta de un máximo de 12 horas.