

MEMORIA JUSTIFICATIVA

EXPEDIENTE: AB02/2023.

OBJETO: SERVICIOS DE MARKETING Y PUBLICIDAD PARA CAPTACIÓN DE ALUMNOS DE LA UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE ANDALUCÍA.

PROCEDIMIENTO DE ADJUDICACIÓN: ABIERTO SIMPLIFICADO ART.159 apartados 1 a 5 de la LCSP.

TIPO CONTRACTUAL: CONTRATO DE SERVICIO.

1. Necesidad de la contratación del servicio.

La Universidad Internacional de Andalucía (en adelante UNIA), en su afán por continuar aumentando el número de alumnado potencial, necesita de acciones de marketing propias para ello. En la actualidad, no cuenta con recursos suficientes y perfiles específicos para abordar toda esta tipología de tareas y evoluciones tan concretas y a la vez tan importantes y demandadas, por lo que se requiere que estos servicios se realicen por una tercera parte.

Además, esta acción también viene a reforzar la necesidad de posicionar la UNIA como un referente en buscadores y nichos de mercado donde se encuentra nuestro potencial alumnado, principalmente online.

Por tanto, la UNIA necesita activar las acciones para captar alumnado del próximo curso 23-24 que implican SERVICIOS DE MARKETING Y PUBLICIDAD PARA CAPTACIÓN DE ALUMNOS DE LA UNIA relativa a la oferta de títulos 23-24.

El objeto del presente contrato se divide en los siguientes lotes:

LOTE 1: SERVICIO DE PUBLICIDAD Y DISEÑO: IDEA Y DESARROLLO DE CREATIVIDAD DE LA NUEVA CAMPAÑA DE PUBLICIDAD PARA CAPTACIÓN DE LOS TÍTULOS DE LA UNIVERSIDAD.

La UNIA requiere de la persona contratista (en adelante contratista) la conceptualización y creación de una línea creativa para la ejecución de las campañas de captación de los títulos de la UNIA. Estos deberán contemplar los títulos oficiales, propios, cursos de verano y formación continua. Por tanto, la contratista deberá:

- Realizar la conceptualización de la línea creativa de promoción de los títulos.
- Realizar las variantes de la línea creativa a los diferentes programas académicos: oficiales, propios, cursos de verano y formación continua.
- Realizar la adaptación de creatividades a diferentes formatos animados: stories, 1:1, 1:91, etc.

La contratista deberá entregar un maestro de las diferentes variantes a la UNIA para la adaptación a los diferentes títulos ofertados.

LOTE 2: SERVICIO DE CALL CENTER OUTBOUND DE RECLUTAMIENTO DE ALUMNADO.

La UNIA en su afán por captar más alumnos nacionales e internacionales, necesita mejorar el posicionamiento de su oferta a través de una campaña de reclutamiento de alumnado internacional a través de un seguimiento de los interesados en su oferta formativa. Para ello necesita contratar un servicio de Telemarketing o call-center a los efectos de contactar



telefónicamente con los alumnos potenciales para facilitar la información, explicarle el programa del curso, y solventar las posibles dudas.

LOTE 3: SERVICIO SEM (Search Engine Marketing) Y SOCIAL ADS, CAPTACIÓN DE ALUMNADO DESDE LOS CANALES DE LA UNIA.

La UNIA necesita contar con un servicio de gestión del Search Engine Marketing (SEM) y Social Ads para captación de alumnos. Los servicios de gestión del SEM consisten en la gestión delegada de las plataformas publicitarias de los buscadores y redes sociales que pertenecen a la UNIA.

En este sentido y dada la carga de trabajo que supone la promoción de los diferentes programas académicos y actividades de la institución, con más de 170 títulos a promocionar, es de vital necesidad contar con una empresa que gestione y ejecute las acciones de promoción de los títulos, teniendo en cuenta el journey del usuario y las diferentes fases del embudo de conversión hasta la matrícula.

El ecosistema digital publicitario, además, exige un equipo profesional que esté al día de los diferentes cambios de algoritmo y privacidad de los diferentes canales sociales o de búsqueda, participando por ello en la estrategia de publicidad con fines de captación de estudiantes.

LOTE 4: SERVICIO SEO: AUDITORÍA Y EJECUCIÓN DE CORRECCIONES DE SEO DE LA WEB DE LA UNIA.

El posicionamiento de nuestra web en buscadores incide directamente en las posibilidades de captación de alumnado, por tanto, es necesaria una protocolización de las técnicas SEO a seguir desde nuestra propia web para mejorar e incrementar estos datos, tanto desde la parte más técnica como la orientación a contenido.

LOTE 5: SERVICIO INBOUND MARKETING: ESTRATEGIA Y DESARROLLO DE PLAN DE INBOUND.

La necesidad de mejorar el posicionamiento de la web conlleva el desarrollo de más estrategias complementarias al SEO como el Inbound marketing. Por tanto, y continuando con el afán de mejorar el posicionamiento y la atracción de potencial alumnado mediante el contenido de la misma, se necesita ejecutar la estrategia y desarrollo de este plan de Inbound marketing que en la actualidad no se ejecuta por falta de personal.

LOTE 6: SERVICIO DE ELABORACIÓN DE CAMPAÑAS DE EMAIL MARKETING A POTENCIAL ESTUDIANTADO DE BASES DE DATOS EXTERNAS A LA UNIA.

Parte de la actividad complementaria para la captación de alumnado es incrementar el número de interesados en ciertas formaciones de perfil muy específico. Este hecho hace necesario, por tanto, activar determinadas estrategias para alcanzar a ese target, concretamente a través de empresas de email marketing que trabajen con segmentación profesional, con bases de datos definidas y adaptadas al RGPD.

2. Modalidad del contrato.

La modalidad contractual que se propone es la del contrato de servicios descrito en el artículo 17 de la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público (LCSP); utilizando de



acuerdo con lo indicado en el artículo 159.1 b) de la LCSP criterios de adjudicación cuantificables mediante la aplicación de fórmulas, así como de juicio de valor.

Los CPV del presente contrato son los siguientes por ser los códigos que mejor se ajustan al objeto de la contratación prevista:

- 79822500-7 (Servicios de diseño gráfico): Lote 1.
- 64214200 (Servicios de centralitas telefónicas): Lote 2
- 79340000 (Servicio de Publicidad y Marketing): Lotes: 1, 3, 4, 5 y 6.

3. División en lotes.

En esta contratación se contempla la división en los siguientes lotes indicadas en el apartado 1 de la presente memoria.

4. Presupuesto base de licitación, valor estimado y determinación del precio. Plazo de ejecución.

El presupuesto base de licitación que como máximo puede comprometer la UNIA, incluido el Impuesto de Valor Añadido es de 126.000 € (CIENTO VEINTISEIS MIL EUROS), con el siguiente desglose por Lotes:

Nº de Lote:	PRESUPUESTO BASE DE LICITACIÓN (IVA excluido)	IVA (21%)	PRESUPUESTO BASE DE LICITACIÓN (IVA incluido)
1	12.396,69 €	2.603,31 €	15.000,00 €
2	16.528,93 €	3.471,07 €	20.000,00 €
3	41.322,31 €	8.677,69 €	50.000,00 €
4	16.528,93 €	3.471,07 €	20.000,00 €
5	4.958,68 €	1.041,32 €	6.000,00 €
6	12.396,69 €	2.603,31 €	15.000,00 €
TOTAL	104.132,23 €	21.867,77 €	126.000 €

A efectos de determinar la publicidad y el procedimiento de adjudicación, el valor estimado de la contratación a realizar es de 104.132,23 € (CIENTO CUATRO MIL CIENTO TREINTA Y DOS EUROS CON VEINTITRÉS CÉNTIMOS), con el siguiente desglose por Lotes:

Nº de Lote:	VALOR ESTIMADO
1	12.396,69 €
2	16.528,93 €
3	41.322,31 €
4	16.528,93 €
5	4.958,68 €
6	12.396,69 €
TOTAL	104.132,23 €

El sistema de determinación del precio se propone que se formule en términos de precio a tanto alzado en todos los lotes.

El periodo de ejecución para cada uno de los Lotes será el que se detalla a continuación, no contemplándose la posibilidad de prórroga en ninguno de los Lotes:

LOTE 1: Tres meses a contar a partir del día siguiente a la formalización del contrato.



LOTE 2: El inicio de la prestación del servicio comenzará a partir del día siguiente a la formalización del contrato y finalizará el 29 de febrero de 2024.

LOTE 3: El inicio de la prestación de la prestación del servicio comenzará a contar a partir del día siguiente a la formalización del contrato y finalizará el 29 de febrero de 2024.

LOTE 4: El inicio de la prestación del servicio comenzará a partir del día siguiente a la formalización del contrato y finalizará el 29 de febrero de 2024.

LOTE 5: El inicio de la prestación del servicio comenzará a partir del día siguiente a la formalización del contrato y finalizará el 29 de febrero de 2024.

LOTE 6: El inicio de la prestación del servicio comenzará a partir del día siguiente a la formalización del contrato y finalizará el 29 de febrero de 2024.

5. Pliego de cláusulas administrativas particulares y el de prescripciones técnicas que hayan de regir el contrato.

La ejecución del contrato deberá adecuarse a las Prescripciones Técnicas y al Pliego de Cláusulas Administrativas Particulares que rigen en la presente contratación.

Por todo lo expuesto, la Gerencia de la UNIA, requiere al Órgano de Contratación de esta Universidad que acuerde la iniciación del expediente de contratación AB02/2023: SERVICIOS DE MARKETING Y PUBLICIDAD PARA CAPTACIÓN DE ALUMNOS DE LA UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE ANDALUCÍA, conforme a lo dispuesto en el artículo 116 de la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos de Sector Público.

En Sevilla, a fecha de la firma electrónica.

LA GERENTE,

Ana Belén Madera Molano.

