

MEMORIA Y DATOS PARA LA CONTRATACIÓN DE LOS SERVICIOS DE APOYO, DINAMIZACIÓN Y ANÁLISIS DE LOS PERFILES DE LAS REDES SOCIALES INSTITUCIONALES DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE EDUCACIÓN A DISTANCIA (UNED), GESTIONADAS POR EL DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL Y MARKETING. AM 6/2022

1. Justificación de la necesidad del servicio objeto del contrato:

La Universidad Nacional de Educación a Distancia (en adelante, UNED) considera necesario proceder a la contratación del servicio de apoyo, dinamización y análisis de los perfiles de las redes sociales institucionales de la UNED.

Los objetivos de esta actividad informativa y comunicativa son incrementar la visibilidad de la marca UNED; potenciar la respuesta y el diálogo con la comunidad universitaria; implementar una planificación estratégica de medios sociales, plan de social media, que facilite el crecimiento exponencial de la Universidad en las nuevas tecnologías de la información y la comunicación; así como cumplir con el principio de transparencia a que se debe toda Administración Pública.

El Departamento de Comunicación Institucional y Marketing no dispone de los recursos humanos profesionales suficientes para realizar este trabajo, por lo que se requiere de un profesional o empresa con los recursos técnicos y conocimientos profesionales adecuados que pueda desarrollar el servicio objeto de contratación.

2. Descripción del servicio objeto del contrato:

El objeto del contrato es el apoyo, actualización, programación, publicación, dinamización y análisis de los perfiles de las redes sociales institucionales de la UNED, y a su vez, la prospección de nuevas redes sociales y la creación de nuevos perfiles (en castellano, lenguas cooficiales del estado español, inglés y francés), su actualización, dinamización y promoción -sin inversión publicitaria- para captar nuevos seguidores y conseguir una mayor difusión de contenidos, y el análisis estadístico de estos perfiles.



Perfiles institucionales de la UNED en redes sociales

Red social	Usuario	Enlace
Facebook	UNED – Universidad Nacional de Educación a Distancia (@UNED.ES)	https://es-es.facebook.com/UNED.ES/
Twitter	UNED (@UNED)	https://twitter.com/UNED
Instagram	UNED (@uneduniv)	https://www.instagram.com/uneduniv/
LinkedIn	UNED - Universidad Nacional de Educación a Distancia (@UNED)	https://www.linkedin.com/company/uned
Google Business		
TikTok:		https://www.tiktok.com/@uneduniv
Spotify		https://open.spotify.com/user/78tc4zjott52anemdllooqwc2?si=5c8664ac0ccc4178
Cualquier otra red de nueva creación		
Redes institucionales del rectorado de la UNED		

3. IMPORTE DEL CONTRATO: 72.600€ (IVA incluido)

Tipo de IVA: 21%

Año 2022: 60.000€ + 12.600€ = 72.600€

Valor estimado del contrato: 300.000€ = 60.000€ contrato+ 240.000€ posibles prórrogas hasta completar 4 años.

Desglose del presupuesto de licitación:

Calle Bravo Murillo n.º 38
28015 Madrid

Tel.: 91 398 60 22

comunicacion@adm.uned.es

Para el cálculo del presupuesto de licitación se ha tenido en cuenta el valor real de los distintos contratos análogos adjudicados por la universidad en los ejercicios precedentes, ajustado en función de los precios habituales en el mercado. Además, se han tenido en cuenta los gastos generales de la empresa (13% de los costes directos), y el beneficio empresarial (7% de los costes directos),

Forma de determinación del precio: A tanto alzado

4. Forma de pago y códigos DIR de facturación: Los pagos se realizarán mensualmente, debiendo recoger la propuesta económica el importe mensual sin IVA del servicio. El coste total del presente contrato será el total de multiplicar el importe de la factura mensual por las 12 mensualidades que comprende el periodo de vigencia del contrato.

En las facturas deberán reflejarse los siguientes datos:

OFICINA CONTABLE: U02800002

UNIVERSIDAD NACIONALDE EDUCACIÓN A DISTANCIA. SERVICIO DE CONTABILIDAD

ÓRGANO GESTOR: U02800194VICERRECTORADO DE POLÍTICA INSTITUCIONAL Y RELACIOES INTERNACIONALES

UNIDAD TRAMITADORA: U02800141

SECCIÓN COMUNICACIÓN Y MARKETING

5. Duración del servicio objeto del contrato:

La duración de la prestación del servicio será de un año a partir del 1 de enero 2022 o desde el momento de la firma. Podrá ser prorrogado anualmente el contrato, hasta completar un total de 4 años.

6. Solvencia Técnica requerida:

La estructura mínima profesional de la empresa adjudicataria tendrá que incluir los siguientes perfiles profesionales:

- *Liderazgo del proyecto con perfil sénior:* experto en comunicación estratégica y redes sociales con contrastada experiencia multimedia y en la generación de contenidos, gestión de redes sociales, con capacidad de liderazgo y gestión de equipos. Deberá tener al menos 3 años de experiencia en gestión de proyectos de marketing digital en redes sociales.
- *Servicio de community manager:* persona con amplio conocimiento y manejo de redes sociales, capacidad de generar contenido, habilidades para implementar una estrategia de búsqueda de prescriptores, posicionamiento y promoción, competencias en la gestión de crisis de comunicación, conocimientos en escucha activa, así como monitorización y análisis de perfiles sociales. Deberá tener al menos 3 años de experiencia en gestión de proyectos de marketing digital en redes sociales. Se requieren los conocimientos audiovisuales necesarios para la cobertura en directo de los actos institucionales, así como para la elaboración de contenidos de este tipo para las distintas redes sociales cuando la instantaneidad de los contenidos no permita su planificación y elaboración por el equipo de diseño del Departamento. Igualmente deberá tener los conocimientos de diseño necesarios para la creación de los contenidos visuales de las publicaciones.
- *Perfil de data analyst:* analista experto en elaboración de informes de actividad en Redes Sociales y en la web del Departamento de Comunicación y Marketing y en la propuesta de estrategias de contenidos a partir de dichos informes. Deberá tener al menos un año de experiencia en estas funciones.

Al margen de estos perfiles, la empresa adjudicataria deberá tener la capacidad de poner otros perfiles y recursos humanos y técnicos de manera puntual, en caso de detectarse nuevas necesidades específicas en la prestación del servicio objeto del contrato.

7. Derechos de Propiedad (Industrial e Intelectual):

Los derechos de propiedad de todos los contenidos, así como todas las acciones realizadas por la entidad adjudicataria en nombre de la UNED en general, el rector de la UNED y/o el Departamento de Comunicación Institucional y Marketing de la UNED en particular, serán propiedad exclusiva e irrenunciable de la UNED.

8. Estructura del servicio a prestar

De conformidad con el artículo 99.3 de la LCSP, y teniendo en cuenta que la división por lotes dificultaría la correcta ejecución del contrato desde el punto de vista técnico, el servicio a prestar se estructura en un solo lote, garantizándose así la necesaria coordinación por la universidad en la realización de las diferentes prestaciones objeto del contrato.

9. Lugar de realización

El servicio objeto del contrato será realizado en las oficinas del adjudicatario salvo que por necesidades del servicio sea necesario el desplazamiento de responsables de la empresa adjudicataria a las dependencias de la UNED.

Si fuese necesario, el servicio podría tener que realizarse fuera de las dependencias habituales si se requiere el seguimiento de algún evento en directo para su retransmisión a través de las redes sociales. En ningún caso esto supondrá un desplazamiento fuera de la Comunidad de Madrid.

10. Responsable del contrato y redactor del Pliego de Prescripciones Técnicas

Dirección del Departamento de Comunicación y Marketing.

Por ello, cualquier consulta en relación con aspectos de este Pliego que pudieran necesitar ser aclarados, podrá dirigirse por escrito a la siguiente dirección de correo electrónico unedrrss@adm.uned.es

11. Criterios de valoración

La puntuación total máxima será de 100 puntos. Para el cálculo de la puntuación correspondiente a cada oferta, se tendrán en cuenta los criterios enumerados a continuación y con la ponderación atribuida en este apartado.

Se establece un **umbral mínimo de puntuación en la parte subjetiva**, para pasar a la fase de valoración automática, que se fija en 20 puntos.

A. Valoración Automática. Máximo 65 PUNTOS

A.1. Precio. Máximo 60 puntos

Se aplicará el criterio de proporcionalidad, exclusivamente, respecto de la oferta de importe más reducido, a la que se le atribuiría la puntuación máxima y proporcionalmente al resto, aplicando la siguiente fórmula:

$P = 60 \times (\text{precio oferta más económica} / \text{precio oferta})$.

A.2. Experiencia previa. Máximo 5 puntos

Se valorará la experiencia en la gestión de Redes Sociales en universidades públicas o privadas e instituciones relacionadas con la Educación Superior y/o la investigación.

- De 6 a 18 meses de experiencia: 1 punto
- De 19 meses a 3 años de experiencia: 2 puntos
- De 3 años y un mes a 5 años de experiencia: 3 puntos
- Más de 5 años de experiencia: 5 puntos

B. Valoración sujeta a juicio de valor. Máximo 35 PUNTOS

El ofertante propondrá, para su evaluación, los trabajos realizados con otros clientes en lo concerniente a gestión de sus perfiles en redes sociales, así como una propuesta de plan estratégico para los perfiles de las redes sociales institucionales de la UNED, incluyendo tanto los actuales como propuestas de nuevos canales, así como las herramientas de gestión y plataformas necesarias para su implantación y desarrollo. La UNED, en función de la información presentada, evaluará la capacidad técnica del ofertante, siempre teniendo en cuenta las características de cada trabajo y su adecuación a los requerimientos en el presente pliego.

El proyecto propuesto deberá ser realizado por el equipo técnico que se proponga para llevar a cabo este contrato, en caso contrario, no podrá ser sometido a valoración.

Se valorarán los siguientes aspectos:

- Calidad técnica y estética de los trabajos realizados para otros clientes (0-10 puntos)
- Calidad técnica y adecuación del Plan Estratégico presentado (0-10 puntos)
- Planteamiento de apertura de nuevos canales y su desarrollo (0-6 puntos)
- Herramientas disponibles para la realización de tareas de escucha activa (0-3 puntos)
- Herramientas disponibles para la realización de tareas de monitorización, seguimiento y elaboración de informes (0-3 puntos)
- Herramientas disponibles para la realización de creatividades y contenidos interactivos (0-3 puntos)



12. **Garantía del contrato:** El plazo de garantía se fija en un mes.
13. **Aplicación presupuestaria:** 322C 226.02
14. **Miembros mesa de contratación:** Presidenta: Secretaria Técnica de la Gerencia. Vocal: Jefe Sección de Apoyo Institucional.
15. **Protección de datos de carácter personal:** En el presente contrato no se tiene acceso a datos de carácter personal.

-CONDICIÓN ESPECIAL DE EJECUCIÓN:

La empresa deberá realizar durante la ejecución del contrato, al menos, una acción de formación con una duración mínima de 20 horas anuales a su personal con el fin de mantener sus competencias actualizadas en la gestión de redes sociales.

Madrid 30 de septiembre de 2021