

MEMORIA JUSTIFICATIVA

EXPEDIENTE: AB02/2024.

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

PROCEDIMIENTO DE ADJUDICACIÓN: ABIERTO.

TIPO CONTRACTUAL: CONTRATO DE SERVICIOS.

1. Necesidad de la contratación del servicio.

La necesidad de la presente contratación y su idoneidad vienen motivadas por el afán de la Universidad Internacional de Andalucía en continuar aumentando el número de alumnado potencial nacional e internacional, siendo necesario realizar acciones de marketing propias para ello. 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.

En la actualidad, para satisfacer estas necesidades no se dispone de 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.

Actualmente estos servicios se prestan a través del expediente de contratación AB02/2023, cuyos Lotes número 2, 3, 4 y 5 finalizan el próximo 29 de febrero de 2024, por lo que se hace necesaria la licitación de un nuevo expediente, conformado por los siguientes Lotes:

- **LOTE 1: MARKETING SEM Y SOCIAL ADS**

Los servicios de gestión del SEM consisten en la gestión delegada de las plataformas publicitarias de los buscadores y redes sociales, por cuenta de 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 2: AUDITORÍA Y EJECUCIÓN DE CORRECCIONES DE SEO DE LA WEB DE LA UNIA.ES**

Los continuos cambios en los algoritmos de los buscadores requieren de un conocimiento profundo de los mismos, de ellos depende el posicionamiento de nuestra web, y este 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 3: SERVICIO DE CONCEPTUALIZACIÓN, DISEÑO Y EJECUCIÓN DE UNA ESTRATEGIA DIGITAL DE INBOUND MARKETING PARA LA CAPTACIÓN DE ALUMNOS**

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, 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 4: CALL CENTER OUTBOUND DE RECLUTAMIENTO DE ALUMNADO**

La UNIA 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 que deberá llamar telefónicamente para facilitar la información al alumno potencial, explicarle el programa del curso, y solventar las dudas posibles sobre el mismo al potencial alumnado

2. Carencia de medios suficientes para atender el servicio.

De acuerdo con lo indicado en el artículo 116.4 letra f) de la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público (LCSP) la Universidad Internacional de Andalucía no dispone de medios personales y materiales suficientes para cubrir las necesidades que se tratan de satisfacer a través del contrato propuesto, de conformidad con lo indicado en el Informe de Insuficiencia de Medios suscrito por la Vicegerencia de la UNIA.

3. 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 una pluralidad de criterios de adjudicación basados en el principio de mejor relación calidad-precio y el procedimiento abierto.

En base al artículo 22.1.b) de la LCSP, el presente contrato no está sujeto a una regulación armonizada dado que su valor estimado es inferior a 221.000 €.

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

79342000-3 Servicios de marketing: Lotes 1, 2, 3 y 4.

79342100-4 Servicios de marketing directo: Lotes 1, 2, 3 y 4.

79413000-2 Servicios de consultoría en gestión de marketing: Lotes 1, 2, 3 y 4.

79415200-8 Servicios de consultoría en diseño: Lotes 1 y 3.

79341100 Servicios de consultoría en publicidad/ 79341200 Servicios de gestión publicitaria/

79341400 Servicios de campañas de publicidad: Lotes 1, 2, 3 y 4.

4. División en lotes.

El presente expediente se divide en los siguiente Lotes:

LOTE 1: MARKETING SEM Y SOCIAL ADS.

LOTE 2: AUDITORÍA Y EJECUCIÓN DE CORRECCIONES DE SEO DE LA WEB DE LA UNIA.ES.

LOTE 3: SERVICIO DE CONCEPTUALIZACIÓN, DISEÑO Y EJECUCIÓN DE UNA ESTRATEGIA DIGITAL DE INBOUND MARKETING PARA LA CAPTACIÓN DE ALUMNOS.

LOTE 4: CALL CENTER OUTBOUND DE RECLUTAMIENTO DE ALUMNADO.

5. 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 220.000,00 € (DOSCIENTOS VEINTE MIL EUROS), con el siguiente desglose por Lotes:

Nº de Lote:	PBL (IVA incluido)
LOTE 1	145.000,00 €
LOTE 2	20.000,00 €
LOTE 3	40.000,00 €
LOTE 4	15.000,00 €



A efectos de determinar la publicidad y el procedimiento de adjudicación, el valor estimado de la contratación a realizar asciende a la cantidad de 181.818,18 € (CIENTO OCHENTA Y UN MIL OCHOCIENTOS DIECIOCHO EUROS CON DIECIOCHO CÉNTIMOS), con el siguiente desglose por Lotes:

Nº de Lote:	Valor estimado
LOTE 1	119.834,71 €
LOTE 2	16.528,93 €
LOTE 3	33.057,85 €
LOTE 4	12.396,69 €

El sistema de determinación del precio que se propone en los cuatro Lotes es a tanto alzado.

El inicio de la prestación del servicio en todos los Lotes comenzará a partir del día siguiente a la formalización del contrato y finalizará el 28 de febrero de 2025, no contemplándose la posibilidad de prórroga.

6. Criterios de solvencia técnica o profesional y económica y financiera.

Para que la contratista pueda acreditar su solvencia técnica o profesional y económica y financiera en los términos establecidos en los artículos 87, 90 y 91 de la LCSP, se aportarán la documentación referida a cada uno de los criterios de selección indicados en la propuesta de contratación.

7. Criterios que se tendrán en consideración para adjudicar el contrato.

La unidad proponente entiende que los criterios de adjudicación y baremos de valoración fijados en la propuesta de contratación adjunto a la presente memoria, así como la ponderación de los mismos son los adecuados para garantizar la prestación del servicio que se pretende contratar en base a la mejor relación calidad-precio.

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

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

Por todo lo expuesto, se requiere al Órgano de Contratación de esta Universidad que acuerde la iniciación del expediente de contratación AB02/2024, 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 DE LA UNIA,
Ana Belén Madera Molano

