



ANUNCIO DE RECTIFICACIÓN

Contratación del Servicio de dinamización y fomento del uso de certificados ceres en redes sociales

Referencia CN-26-06-15

Entidad contratante	Fábrica Nacional de Moneda y Timbre-Real Casa de la Moneda (FNMT-RCM)
Dirección	c/ Jorge Juan, 106 - 28009 Madrid
<ul style="list-style-type: none">Rectificación	<p>Se han detectado en el pliego de prescripciones técnicas de la licitación de referencia, las siguientes erratas:</p> <ul style="list-style-type: none">Pliego de Prescripciones Técnicas <p>7.- CRITERIO TÉCNICO DE VALORACIÓN (40%)</p> <p>DONDE DICE</p> <p>-Cualificación de los recursos ofertados e inversión en formación para empleados de Redes Sociales.:</p> <p>Se medirá, en base a la información aportada, el ratio <i>Horas de formación por empleado de Redes Sociales en España en 2010</i>, asignándose la siguiente puntuación en función del valor obtenido.</p> <p>DEBE DECIR</p> <p>-Cualificación de los recursos ofertados e inversión en formación para empleados de Redes Sociales</p> <p>Se medirá, en base a la información aportada, el ratio <i>Horas de formación por empleado de Redes Sociales en España en 2014</i>, asignándose la siguiente puntuación en función del valor obtenido.</p>



	<p>DONDE DICE</p> <p>-Índice de rotación de la plantilla dedicada a Redes Sociales en España en 2010</p> <p>DEBE DECIR</p> <p>-Índice de rotación de la plantilla dedicada a Redes Sociales en España en 2014</p> <p>DONDE DICE</p> <p>Referencias de otros proyectos similares en España en 2010</p> <p>DEBE DECIR</p> <p>Referencias de otros proyectos similares en España en 2014</p> <p><i>El contenido del resto del pliego de prescripciones técnicas permanece igual</i></p>
Características y requerimientos	Se adjunta el pliego rectificado
Aclaraciones sobre pliegos de condiciones	Cualquier consulta relacionada con la presente licitación debe ser dirigida a: Javier Montes jmontes@fnmt.es
Plazo de presentación de ofertas	Queda prorrogado hasta las 12 horas del 23 de julio de 2015
Nota informativa	<i>La Fábrica Nacional de Moneda y Timbre - Real Casa de la Moneda fundamenta su actividad en principios de calidad, eficiencia y seguridad, orientadas de forma íntegra, honesta y socialmente responsable. Son estos valores diferenciales de la FNMT-RCM los que le han procurado la confianza de clientes y ciudadanos.</i>



Real Casa de la Moneda
Fábrica Nacional
de Moneda y Timbre

perfil de contratante

Esperamos de nuestros proveedores, colaboradores imprescindibles en su tarea, el compromiso de observar un alto estándar ético en el desarrollo de su actividad industrial y comercial, a fin de consolidar una relación sólida y socialmente responsable.

Con el fin de dar a conocer esta iniciativa, hemos creado un Código de Conducta de Proveedores al que pueden acceder a través del apartado del "Perfil del Contratante" de nuestra página web (www.fnmt.es).

Departamento de Compras
Fábrica Nacional de Moneda y Timbre-Real Casa de la Moneda
Jorge Juan, 106 28071 – Madrid
Tel.: 91 566 66 66
Fax: 91 566 67 50
Web: www.fnmt.es/proveedores



Real Casa de la Moneda
Fábrica Nacional
de Moneda y Timbre

DIRECCIÓN DE SISTEMAS DE INFORMACIÓN

DEPARTAMENTO DE CERES

PLIEGO DE CONDICIONES TÉCNICAS PARA DINAMIZACIÓN Y FOMENTO DEL USO DE CERTIFICADOS CERES EN REDES SOCIALES

	NOMBRE	FECHA
Elaborado por:	Javier Montes	26/06/2015
Revisado por:		
Aprobado por:		

HISTÓRICO DEL DOCUMENTO			
Versión	Fecha	Descripción	Autor
1.0	26/06/2015	Creación del documento	Javier Montes
1.1	09/07/2015	Revisión del documento	Javier Montes

1. OBJETO

Los objetivos a cubrir son:

- Aumentar la interacción de los usuarios en las redes sociales.
- Dar respuesta a los usuarios que tengan dudas con el certificado digital. Atención al cliente
- Aumentar la notoriedad de la marca CERES y que los usuarios conozcan más la empresa y sus servicios
- Dinamizar contenido interesante que sirva de utilidad a los usuarios para el uso de los certificados
- Incrementar el número de certificados emitidos durante el periodo de duración del contrato, tanto de persona física como de persona jurídica.

2. ANTECEDENTES

Se ha detectado que aunque el número de usuarios totales de certificados CERES ha estado creciendo, últimamente procede fundamentalmente de usuarios de certificados de persona jurídica, por lo que se está buscando una manera económica e impactante de llegar a los usuarios para que conozcan las ventajas del uso de la certificación, y poder seguir creciendo también en el número de certificados de persona física.

3. ACCIONES A REALIZAR

Durante el periodo de la contratación se pretende incrementar el volumen de tarjetas que se vendan por la tienda así como de los Kits lector tarjeta, adicionalmente se tiene planificado la emisión de certificados de representante, de persona jurídica y sin personalidad jurídica, estos certificados tendrán un coste para los titulares en el momento de emitirlos.

Después de la creación de Web BLOG, las páginas de empresa (fanpage) FACEBOOK , perfil Profesional en TWITTER, y de la celebración de evento Blogger, se ha visto que las acciones en las redes sociales se ven recompensadas tanto por su gran difusión como por la rapidez de su propagación, calidad y nivel de participación de fans y seguidores, hay que seguir manteniendo y contestando las consultas en ambos portales, así como mantener el interés en el Blog , Fanpage y Twitter con publicaciones periódicas.

Adicionalmente durante este periodo se realizaran dos concursos.

EN YOUTUBE

Realización de un video similar al ya existente de persona física, para los certificados de persona jurídica y de representante que se comercializaran en este periodo, con el fin de que ayude a los usuarios a conocer los pasos a seguir para su obtención así como los requisitos de equipos necesarios y su configuración.

Un tercer video que ayude a la comercialización de las tarjetas CERES y de los kits que se venden actualmente a través de la tienda de FNMT-RCM

En FACEBOOK

Búsqueda de noticias e información relevante en relación con el certificado digital.

Análisis y seguimiento de cada una de las publicaciones para conocer cuáles son las temáticas que más conversación generan en los usuarios.

Publicación de contenido en función del EdgeRank para conseguir una mayor visualización del mismo.

Generación de nuevas pestañas alojadas en un servidor seguro (https).

Creación de hashtags para identificar temáticas y que los usuarios que no conocen CERES lleguen a la fanpage.

En TWITTER

Búsqueda de noticias e información relevante en relación con el certificado digital.

Análisis y seguimiento de cada una de las publicaciones para conocer cuáles son las temáticas que más conversación generan en los usuarios.

Monitorización de la audiencia para conocer cuáles son los horarios de mayor impacto.

Creación de hashtags para identificar temáticas y que lo usuarios que no conocen CERES lleguen al perfil profesional Ceres.

Solicitud de Twitter card para el blog de tucertificadodigital.es. De esta forma todos los enlaces que se compartan estarán identificados.

En LINKEDIN

Creación de página oficial en LinkedIn.

Creación de grupo de debate que genere conversación en torno al certificado digital.

Dinamización de contenido afín a CERES

En GOOGLE+

Creación de página oficial en Google+

Creación de grupo de debate que genere conversación

Dinamización de contenido afín a CERES

Utilización de herramientas y acciones que vinculadas a la página de Google+ mejoren el posicionamiento SEO de CERES.

En el BLOG

Selección de temáticas de interés y afines con el certificado digital publicación de al menos ocho artículos mensuales, previo visto bueno del contenido por parte de la FNMT-RCM.

Previa validación de CERES, redacción de entradas con lenguaje cercano acorde a la blogosfera.

Orientación al SEO del blog implementando y utilizando plugings que indexan la información en Google.

Implementación de Google Analytics y Google Social Analytics para realizar un seguimiento de cuáles son las entradas más leídas y más compartidas en redes sociales.

Búsqueda y selección de Keywords que atraen al target de CERES

Alta en directorios webs para una mejor indexación en google.

Informe mensual

Mensualmente se realizará un análisis de datos para evaluar los resultados de nuestras acciones:

Acciones realizadas durante el mes del informe

Evolución del número de seguidores en cada una de las redes.

Rendimientos por landing page

Rendimientos por fuente del tráfico.

Rendimientos por tipo de dispositivo y por tipo de usuario.

Exposición. Cuantas personas han visto nuestros mensajes.

Conversación. Cuantos usuarios han tenido interacción con nosotros.

Influencia. De qué manera hemos influido en nuestros usuarios ¿Hablan bien?

¿Hablan mal?

Conversión: Cuantos clics han tenido nuestras campañas. Y de esos clics cuantos se han convertido en seguidores de nuestra página.

Conclusiones y acciones propuestas para el siguiente periodo.

4. COORDINACIÓN Y HORARIO

Por parte del adjudicatario se designará un coordinador con la FNMT-RCM que estará disponible por correo electrónico y telefónicamente durante el periodo de ejecución y en horario de 9 a 18 horas de lunes a viernes en días laborables.

Las acciones y repuestas a las necesidades deben de ser realizadas las que se produzcan dentro del horario de disponibilidad en un plazo inferior a 2 horas y las que se realicen fuera del horario serán en las 2 siguientes horas definidas como de disponibilidad .

5. PLAZO DE EJECUCIÓN

Estos servicios se prestaran durante un año

6. CONDICIONES DE FACTURACION

EL PAGO SE REALIZARA MEDIANTE TRANSFERENCIA BANCARIA EN UN PLAZO DE 30 DÍAS DESDE LA FECHA DE FINALIZACIÓN DE LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO, PREVIA RECEPCIÓN DE LA FACTURA CORRESPONDIENTE, SIENDO LA FECHA EFECTIVA DE PAGO LOS DIAS 10 Y 25 DE CADA MES O EL DIA HÁBIL INMEDIATAMENTE POSTERIOR.

EN CASO DE PRESTACIÓN DE SERVICIO CONTINUADO EL PAGO SE REALIZARÁ MENSUALMENTE (A MES VENCIDO) SOBRE LOS SERVICIOS REALIZADOS EN EL MES INMEDIATAMENTE ANTERIOR.

CUALQUIER PAGO PREVIO A LA REALIZACIÓN DE CONFORMIDAD DEL SERVICIO DEBE SER GARANTIZADO MEDIANTE UN AVAL BANCARIO POR EL MISMO IMPORTE ADELANTADO.

7. CRITERIO TECNICO DE VALORACIÓN (40%)

Información sobre la experiencia demostrable en prestaciones de servicios en Redes Sociales en el territorio español, a lo largo de los tres últimos años. Las ofertas técnicas se valorarán de acuerdo al siguiente cuadro, por lo que se deberá de expresar de forma clara en la misma, la información necesaria para su valoración, en caso contrario, no se valorará dicha característica:

CRITERIOS PARA LA VALORACION TÉCNICA	
Ponderación	Concepto
10	Cualificación de los recursos ofertados e inversión en formación para empleados de Redes Sociales
5	Índice de rotación de la plantilla dedicada a Redes Sociales
10	Evolución de la facturación en servicios Redes Sociales
10	Evolución de la plantilla dedicada a labores Redes Sociales
10	Referencias de otros proyectos similares
5	Plan de mejora calidad y auditoria
30	Conocimiento de los servicios de certificación
10	Plan de transición y devolución del servicio
10	Mejoras adicionales y valoración de la capacidad de la empresa como prestadora de servicios Redes Sociales
100	

En base a la documentación exigida a los ofertantes se cuantifican los valores obtenidos por cada uno de los criterios de valoración técnica en función al siguiente nivel de detalle:

-Cualificación de los recursos ofertados e inversión en formación para empleados de Redes Sociales.:

Se medirá, en base a la información aportada, el ratio *Horas de formación por empleado de Redes Sociales en España en 2014*, asignándose la siguiente puntuación en función del valor obtenido:

	puntos
Valor más alto	10
2º valor más alto	7,5
3º valor más alto	5
4º valor más alto	2,5
Resto de valores	0

-Índice de rotación de la plantilla dedicada a Redes Sociales en España en 2014:

	puntos
Valor más alto	10
2º valor más alto	7,5
3º valor más alto	5
4º valor más alto	2,5
Resto de valores	0

Evolución de la facturación en servicios Redes Sociales, tres últimos años.

	puntos
Valor más alto	10
2º valor más alto	7,5
3º valor más alto	5
4º valor más alto	2,5
Resto de valores	0

Evolución de la plantilla dedicada a labores Redes Sociales tres últimos años.

	puntos
Valor más alto	10
2º valor más alto	7,5
3º valor más alto	5
4º valor más alto	2,5
Resto de valores	0

-Referencias de otros proyectos similares en España en 2014

	puntos
Valor más alto	10
2º valor más alto	7,5
3º valor más alto	5
4º valor más alto	2,5
Resto de valores	0

-Plan de mejora calidad y auditoria.

	puntos
Valor más alto	10
2º valor más alto	7,5
3º valor más alto	5
4º valor más alto	2,5
Resto de valores	0

-Conocimiento de los servicios de certificación.

	puntos
Valor más alto	10
2º valor más alto	7,5
3º valor más alto	5
4º valor más alto	2,5
Resto de valores	0

-Plan de transición y devolución del servicio.

	puntos
Valor más alto	10
2º valor más alto	7,5
3º valor más alto	5
4º valor más alto	2,5
Resto de valores	0

-Mejoras adicionales y valoración de la capacidad de la empresa como prestadora de servicios CAT.:

En este apartado se tendrán en cuenta por un lado, las mejoras adicionales propuestas que contribuyan a maximizar el valor añadido aportado por el servicio o que mejoren la gestión del mismo. Por otro lado se valorará la evolución de las cifras de la facturación, plantilla y perfil de la misma, clientes de servicios CAT de la Administración Pública y clientes de servicios CAT de T.I., en España, para el periodo 2008-2010. Se tendrá en cuenta, en este apartado las ubicaciones de los centros desde los que se preste el servicio.

	puntos
Valor más alto	10
2º valor más alto	7,5
3º valor más alto	5
4º valor más alto	2,5
Resto de valores	0

Una vez realizada la valoración técnica se sumarán todos los puntos obtenidos en la misma de acuerdo a los criterios expresados, obteniéndose un valor total para cada oferta analizada. Dicho valor con una ponderación de un 40%

8. CRITERIO ECONOMICO DE VALORACIÓN (60%)

Se adjudicarán 100 puntos a la oferta más económica al resto de forma proporcional.

Se ponderará al 60%

9. SOLICITUD DE ACLARACIONES DEL PLIEGO DE CONDICIONES TÉCNICAS

A don: Javier Montes Antona mediante correo electrónico a la cuenta jmontes@fnmt.es y lo antes posible será contestada al correo de origen de la consulta.