

**SERVICIO DE AUDITORIA, ESTRATEGIA, IMPLEMENTACIÓN Y SEGUIMIENTO DEL
POSICIONAMIENTO SEO DE IFEMA MADRID Y SUS FERIAS**

**EXP.: 23/181 – N.º 2000022881
-. RESPUESTAS A CONSULTAS Y ACLARACIONES .-**

CONSULTAS REALIZADAS

Les informamos de las consultas realizadas por las empresas interesadas y de las respuestas facilitadas por IFEMA MADRID, relacionadas con el expediente de referencia:

1. ¿Se espera que el proveedor realice las implementaciones técnicas en el CMS o por el contrario solo pasará los requerimientos técnicos-soporte-revisiones para su ejecución por parte de IFEMA?
El proveedor no realiza implementaciones técnicas, solo hace sugerencias de mejora para que el equipo de IFEMA MADRID las implemente.

2. ¿Se espera que el proveedor suministre los briefings de contenidos a desarrollar por parte de IFEMA?

IFEMA MADRID marcará las necesidades (proporcionará el briefing) en relación con los contenidos y el proveedor deberá realizar un análisis y propuesta de contenidos acorde a las necesidades planteadas.

3. ¿Cuántos contenidos mensuales se incluyen en el alcance y qué idiomas?

El número de contenidos puede cambiar según el momento, al igual que el idioma. Es responsabilidad del proveedor, analizar y proponer contenidos en función de las necesidades que presenta IFEMA MADRID.

4. Se mencionan más de 100 webs de ferias. Anteriormente algunas de las ferias contaban con dominio propio (fitur.com) pero ya no es así. ¿Es posible compartir el listado completo de todas webs que indican en el pliego, número de páginas promedio y estado de la migración?

Ya no existen dominios independientes ni subdominios en relación con las ferias. La migración se realizó en 2019. La cantidad de ferias y páginas web cambia a lo largo del año, siendo un parámetro dinámico que no permite establecer valores promedio fijos.

5. ¿Es posible otorgar permisos para consulta de Google Search Console?

Sí, es factible otorgar permisos para la consulta de Google Search Console una vez que se haya formalizado el contrato con el adjudicatario.

6. ¿Es posible obtener capturas y ejemplos de los dashboards actuales?

Debido a restricciones de confidencialidad, no podemos proporcionar capturas ni ejemplos de los dashboards actuales en este momento.

7. ¿En el caso de dominios diferentes, se replican los dashboards por cada uno de ellos?

No existen dominios diferentes para la web de IFEMA MADRID ni sus ferias.

8. Respecto a LinkBuilding, los 25.500€ ¿es un presupuesto incluido en los 69.500€?

De acuerdo con el Anexo I, en el apartado 3.1.- Presupuesto base de licitación, la parte de Linkbuilding es un coste variable a la inversión en función de las necesidades que puedan surgir a petición de IFEMA Madrid. El importe máximo es de 25.500 euros anuales, siendo el importe total por 2 años de 51.000 euros. Adicionalmente, se informa que este coste es un concepto no licitable.

9. ¿El coste de las herramientas está incluido dentro del presupuesto de 69.500 €?

De acuerdo con el Anexo I, en el apartado 3.1.- Presupuesto base de licitación, el fee fijo anual es de 69.500 euros, siendo el importe total por 2 años de 139.000 euros y facturándose mensualmente un importe máximo de 5.791,67 euros. Este importe incluye el coste de herramientas de monitoreo del desempeño de la estrategia SEO.

10. ¿Serán posibles implementaciones técnicas en páginas específicas de la web a nivel código?

Es factible proponer una implementación técnica específica a nivel de código para una página en particular. Sin embargo, es importante destacar que dicha propuesta debe someterse a la validación de IFEMA MADRID, con el fin de asegurar que no tenga un impacto negativo en ningún aspecto o por la prioridad de trabajo.

11. ¿Se espera que todo el contenido redactado sea únicamente a través de la herramienta neuronwriter?

No, no se anticipa que todo el contenido redactado deba ser generado exclusivamente a través de la herramienta NeuronWriter. Esta herramienta se concibe como un recurso de apoyo en el proceso de redacción y no como la única fuente para la creación de contenidos.

12. ¿Se espera mantener el volumen de propuesta de temáticas (8 temáticas/mes) para Noticias Sectoriales y Visita Madrid?

El volumen de temáticas está sujeto a cambios según las necesidades y prioridades en curso.

13. ¿Hay previsión de poder activar propuesta de temáticas para ferias específicas?

Existe la posibilidad de activar propuestas de temáticas para ferias específicas en función de las necesidades y requerimientos particulares que surjan en el futuro.

14. En el caso de Semrush y Oncrawl, ¿se espera seguir manteniendo un contrato específico de IFEMA MADRID con la herramienta, pero gestionando a través de la empresa adjudicataria? **Sí, en el caso de Semrush y Oncrawl, se prevé continuar manteniendo un contrato específico con IFEMA MADRID para la utilización de estas herramientas, aunque la gestión se llevará a cabo a través de la empresa adjudicataria**

15. En el caso de las herramientas, ¿desde IFEMA MADRID se requiere de algún plan específico de contratación?

Con respecto a las herramientas, cualquier plan específico de contratación se discutirá y definirá según las necesidades particulares con el adjudicatario.

16. ¿IFEMA MADRID dispone de algún otro asset del que se espera su gestión o se puede incluir dentro de la estrategia (ejemplo Google Business Profile), pues en el pliego no se ve reflejado una extensión máxima de la propuesta, ¿se tiene pensado o se va a valorar alguna?

Google My Business es gestionado por IFEMA MADRID al igual que otros canales. Sin embargo, se valorarán propuestas o sugerencias con la finalidad de mejorar la estrategia.

17. ¿La presentación debe ir en algún formato específico?

La presentación de propuesta debe ser entregada en formato PPT.

18. En cuanto al equipo de trabajo: ¿nos tenemos que ceñir al perfil que proponéis o podemos proponer otros distintos o además de esos?

Se debe ceñir a lo que se especifica en el pliego de prescripciones técnicas.

19. ¿Os podríamos presentar de forma presencial u online la propuesta?

Las propuestas únicamente se recibirán a través del portal de licitación electrónica de IFEMA Madrid, como figura en el Anexo I en el apartado 6.1.- Presentación de las proposiciones.

El licitador no podrá presentar la proposición a través de otro medio que no sea el referido portal de licitación electrónica. Si el licitador presentara la proposición a través de otros medios, no será admitida al procedimiento de licitación y adjudicación.

EL PRESENTE DOCUMENTO PASA A FORMAR PARTE INTEGRANTE DEL PLIEGO DE BASES, QUEDANDO AFECTOS EN LOS TÉRMINOS PREVISTOS EN EL CITADO PLIEGO.