



TRACATAMENT I SELECCIÓ DE RESIDUS, S.A.

SERVICIO DE UNA AGENCIA DIGITAL PARA LA UNIFICACIÓN DEL ECOSISTEMA DIGITAL DE BARCELONA ENERGIA.



Barcelona Energia

Operador
elèctric metropolità

NÚMERO DE EXPEDIENTE CTTE739

1. Antecedentes

Barcelona Energia (BE) es una comercializadora eléctrica pública que opera en los 36 municipios que conforman el Área Metropolitana de Barcelona. Desde que nació en enero de 2019, ya ha conseguido suministrar más de 200GWh de energía y ofrecer un abanico de tarifas y servicios adaptados a los distintos perfiles de usuarios del área metropolitana, tanto domésticos como empresas, situándose como la octava comercializadora en cuota de mercado dentro de este territorio.

La evolución del negocio y su voluntad de ofrecer un asesoramiento transparente y completo al usuario ha llevado a Barcelona Energia a ampliar su cartera de productos y servicios, lo que conlleva la necesidad de realizar una estrategia de marketing y comunicación más compleja. Esta nueva estrategia requiere de un ecosistema digital más coordinado y consistente, para poder ofrecer una experiencia digital a sus usuarios actuales y potenciales mejor y personalizada.

2. Objeto

El objeto del presente pliego es el establecimiento de las prescripciones técnicas que regirán el contrato del servicio de una agencia digital para la unificación del ecosistema digital de Barcelona Energia (BE).

3. Duración del contrato

La vigencia de este contrato se establece en un año a contar a partir de la fecha siguiente a la formalización del mismo, con posibilidad de prórroga anual con el máximo de cuatro anualidades (1 + 1 + 1 + 1+ 1).

4. Normas generales

El contratista estará obligado a cumplir con todos los requisitos que se describen en este pliego, y en las condiciones que se indican, y será el responsable a todos los efectos.

5. Resultados esperados del servicio

Barcelona Energia es una empresa enfocada en sus usuarios y usuarias, por eso, quiere desarrollar un ecosistema digital pensado y construido para ellos y ellas. Para lograrlo, es necesario contar con una visión global de todo el Customer journey de cada uno de los perfiles de usuarios pre-definidos por Barcelona Energia y así poder desarrollar una experiencia digital personalizada a las necesidades, expectativas e inquietudes de cada perfil.

- Desarrollo de un ecosistema digital que devuelva una visión global.
- Mejora de procesos y metodologías con impacto en las tasas de respuesta.
- Ecosistema de análisis y medición óptimo para poder tener un conocimiento profundo, detallado y matemático del retorno de la inversión.
- Creación de experiencias personalizadas por perfil de usuario.
- En conclusión, mejorar la experiencia de usuario en el funnel digital de Barcelona Energía.

En cuanto a los retos a lograr:

El gran reto

Captar más leads y convertirlos de forma automática para incrementar conversion rate, disminuyendo el coste por adquisición y saturando menos al equipo comercial.

Sub-retos

- Realizar una medición de datos fiable, completa, detallada y matemática para poder conocer el Customer journey real de cada usuario y en qué fase se encuentra para así poder predecir su comportamiento y proporcionarle una experiencia óptima.
- Obtener datos útiles sobre los usuarios, respetando las limitaciones legales.
- Limitar la visión de la campaña a los clientes actuales para focalizar la inversión y disminuir el coste por adquisición.
- Detectar a partir de qué número de impacto disminuye la probabilidad de contratación de una persona para limitar el visionado repetido de la campaña por parte de un usuario.
- Identificar qué formatos/canales/piezas/mensajes funcionan mejor en cada fase del funnel y para cada tipo de usuario/a.
- Identificar clusters/segmentos de usuarios para poder optimizar su evolución en el funnel.
- Identificar a qué cluster/segmento pertenece cada usuario para poderle generar un CJ a medida.
- Crear una metodología rápida para realizar A/B test en la web y mejorar el CRO y la UX.

6. Metodología de trabajo y alcance del servicio

El adjudicatario del presente proyecto podrá seguir la metodología propia que considere adecuada para la ejecución de los trabajos. No obstante, se deberá alinear con la metodología propia de Barcelona Energia para la ejecución de proyectos y asegurar la entrega de los entregables de cada una de las fases del proyecto. En concreto, debe:

- Participar activamente en todas las reuniones del tipo que sean (informativas, de trabajo, de revisión, de aceptación, etc.).
- Tener en cuenta las actuaciones y decisiones previas, y que para su cometido deberá coordinarse en todo momento con los equipos, tanto internos como externos, responsables de tales actuaciones previas.
- Asegurar una correcta transferencia de conocimiento al personal de Barcelona Energia que participe en el proyecto, tanto en cuanto a la metodología de trabajo como en cuanto a las herramientas específicas que se utilicen, organizando actividades de formación a medida y entregando la documentación que sea necesaria.
- Cumplir los calendarios de entregas acordados.

En cuanto a la estructura global del servicio, el proyecto se divide en varios apartados, los cuales pueden ser contratados por fases. Barcelona Energia se guarda la potestad de decidir cuándo activar y desactivar cada uno de estos apartados, según necesidades.

Las empresas licitadoras deberán disponer del certificado oficial de de partnership de Amazon (AWS) y de Elastic y certificado de Google Partner.

1. Migración de hosting.

Esta fase incluye la migración de datos de un servidor a otro, con su consiguiente revisión de código, de los requisitos del hosting y de su seguridad; la planificación de la estrategia de migración y arquitectura Liferay, y la ejecución de la migración en sí, con los testeos y seguimientos necesarios para asegurar su éxito completo y buen funcionamiento.

- Toma de requerimientos
- Estudiar necesidades y estado de situación actual
- Definir nueva arquitectura Liferay en cloud pública de Amazon (AWS)
 - La nueva arquitectura deberá constar de dos entornos:
 - Un entorno de producción 24x7, es decir, que debe estar operativo las 24 horas del día y los 365 días del año.
 - Un entorno de preproducción 12x5. Este entorno basta con que esté operativo 12 horas al día (para cubrir el horario laboral de Barcelona Energia) y sólo los días laborables.
- Soporte a la instalación y configuración de Liferay en Cloud
 - Configuración para Dockering
 - Trabajo con sistemas de máquinas virtuales basados en tecnología Docker que esté soportada por el proveedor Cloud.
 - Clusterización y balanceo de servidores Amazon EC2 con ALB (Elastic Load Balancing)
 - La arquitectura deberá estar basada en sistemas balanceados y/o clusterizados para que en momentos de alta demanda sea rápido y sencillo levantar (o parar) nuevas instancias de la web. Así absorberemos picos de trabajo, y nos adaptaremos según necesidad de consumo de la web.
 - Uso de servicios de almacenamiento de objetos como AWS S3 para garantizar un almacenamiento de archivos rápido y sencillo.
- Securizar la arquitectura desplegada
- Documentación
- Traspaso de conocimiento a Barcelona Energia

2. Mejora de la infraestructura.

Esta parte está destinada a realizar, con posterioridad a la migración, toda de una serie de mejoras en la infraestructura que permitan trabajar con ella de una forma ágil, así como monitorizarla activamente y dotarla de una capa adicional de seguridad.

Esta fase incluye la instalación y configuración de todos los componentes que se precisen para la puesta en marcha de:

- Un sistema de integración y despliegue continuo (CI/CD), definiendo los *pipelines* que permitan subir los nuevos desarrollos a producción de forma ágil y automatizada.
- Un entorno de *management* (en la nube) y un sistema de *logging* basado en ELK que permita la recogida y el análisis de logs y la monitorización de la infraestructura cloud.
- Una capa adicional de seguridad mediante WAF.

Por supuesto, y del mismo modo que para la fase anterior, esta fase también incluirá las tareas de documentación del trabajo realizado y el correspondiente traspaso de conocimiento a Barcelona Energia.

3. Mantenimiento, actualizaciones, evolución y seguridad de la web.

Esta parte incluye toda la tecnología y gestiones necesarias para garantizar el correcto funcionamiento de la web, así como la óptima integración con las distintas APIs y webservices (SIPS, ERP...), el rastreo de errores e implementación de correcciones, la seguridad contra ataques 24/7 de la web y su área cliente, así como de su portal de contratación "espejo" que utiliza el departamento de atención al cliente (igual al formulario público pero sin "stops").

Incluye también el mantenimiento y óptimo funcionamiento técnico, programación SEO friendly y de UX de la web, así como el control y mantenimiento de una óptima medición de los KPIs e indicadores definidos (tags, códigos, cookies, etc).

Tras la finalización de la **migración** y hasta la finalización del contrato, el adjudicatario deberá activar y prestar a Barcelona Energia de forma remota un servicio gestionado que incluya:

- La monitorización activa de la infraestructura cloud así como de la web para la detección temprana de cualquier anomalía. Esto incluye también una correcta programación SEO friendly y el correcto funcionamiento de los sistemas de medición con los criterios de calidad definidos.
- La resolución de cualquier incidencia relacionada con la programación de la web y/o infraestructura *cloud*, llevando a cabo las acciones necesarias de coordinación entre equipos y escalando los problemas al propio proveedor *cloud* en caso necesario.
- En lo que respecta específicamente a la plataforma **Liferay**, se debe proporcionar un servicio de **soporte** que incluya la resolución de cualquier tipo de incidencia relacionada con la tecnología. También la valoración de la necesidad de actualización y la ejecución de dichas actualizaciones cuando sea necesario.
- En caso de originarse una incidencia crítica, el tiempo máximo de respuesta por parte de la empresa adjudicataria será de dos horas desde el aviso de Barcelona Energia. En caso de superarse, se aplicarían penalizaciones al respecto, según lo indicado en el Pliego de Cláusulas Administrativas Particulares.

Del mismo modo que para la fase anterior, esta fase también incluirá las tareas de documentación del trabajo realizado y el correspondiente traspaso de conocimiento a Barcelona Energia.

La web siempre tendrá que cumplir, como mínimo, los siguientes requerimientos técnicos:

- Accesibilidad: que cumpla los requerimientos de accesibilidad WCAG 2.0 AA (o AAA) en relación con personas con discapacidad, de todas las plantillas, así como del portal HOME.
- El diseño de la web debe ser "responsive", de forma que su visualización y gestión de usuario sean adaptadas para diferentes dispositivos, móviles, tabletas, PC de sobremesa, etc.
- La web debe funcionar correctamente, como mínimo, en los navegadores Google Chrome, Firefox, Safari e Internet Explorer/Edge, tanto para escritorio como para móviles/tabletas.
- El diseño de la web debe pasar los tests de validación w3c:

- Html: <https://validator.w3.org/>.
- Links: <https://validator.w3.org/checklink>
- Css: <http://jigsaw.w3.org/css-validator/>
- Debe definirse y seguirse una guía de estilo de programación y demostrar que se ha seguido dicho estilo, que Barcelona Energia tiene que aprobar expresamente. Por ejemplo, el estilo de Google: <https://google.github.io/styleguide/javaguide.html>. Para demostrar que se ha seguido dicho estilo, pueden generarse análisis de estilo con herramientas como CheckStyle.
- Debe aportarse documentación para facilitar el traspaso del código.
- Asegurar la base de datos con los niveles de protección necesarios para el cumplimiento del nuevo reglamento de protección de datos GDPR.
- Debe cumplir con los requisitos Reglamento (UE) 2016/679, de 27 de abril de 2016, permitiendo la implementación de Tratamiento de Datos de Carácter Personal, Aviso legal, condiciones de uso, política de cookies, política de privacidad ampliada, etc.
- Debe tener una CMP (Cookie Consent Platform) de acuerdo a la regulación.
- Este proyecto tiene que contemplar la web en 2 idiomas principales (catalán y castellano).
- La web está diseñada y programada con LifeRay, en su versión Community.
- Se requiere tener un log de envíos de la web a las distintas APIs para poder rastrear posibles errores y evitar pérdidas de información en casos de error o desconexión con alguna API.

Funcionalidades

La web debe permitir las siguientes funcionalidades:

- Alojarse el área cliente
- El simulador de tarifas
- Tener dos webservices
 - El de SIPS: una primera llamada a nuestro ERP para que identifique el suministro y pase los filtros de contratación.
 - El de contratos: Una vez rellenado el formulario de contratación, que permita la integración con nuestro ERP para el envío de los datos consignados.
- El formulario de contratación debe contener validadores de documento de identificación (DNI; NIE; PASAPORTES; Etc) y de IBAN.
- Se debe poder vincular con software externo de otros proveedores (visualización de datos, etc)

Es imprescindible que se mantengan las funcionalidades del proceso de contratación actual: integración con nuestro sistema ERP (actualmente con NEMON INTELLIGENCE IN BUSINESS) con las herramientas necesarias (api, webservices) y que se apliquen en la web las lógicas necesarias para la culminación o rechazo del proceso de contratación. Mantener formularios de contratación (también con integración con ERP) que dan solución a cada uno de los productos ofertados por BE.

Además existe un "portal espejo", un formulario privado de uso exclusivo para Barcelona Energía que permite saltarse los stocks de la web pública y que permite poder desarrollar el funcionamiento de las API (una vez validada por los gestores).

Arquitectura del sistema

El componente CMS tiene que garantizar:

- Permitir la edición gráfica y amigable del contenido de la web para la introducción de artículos, noticias y demás contenidos.
- Adaptabilidad a las distintas plataformas móviles.

Imagen corporativa y diseño

La web deberá tener un diseño coherente con las directivas de Barcelona Energia y será 'responsive' y adaptable a diferentes dispositivos.

- Estructura flexible y modular con el objetivo de que pueda actualizarse y evolucionar con el tiempo en función de las necesidades y demandas detectadas.
- Organización, potenciación de los contenidos y posicionamiento de la información.
- Nivel de accesibilidad AA (según el estándar WAI).
- Programación estructurada respetando las políticas de posicionamiento SEO.
- Definición e implementación de configuraciones de Google Analytics y GA4, con el fin de obtener datos analíticos y realizar un seguimiento estadístico del uso del portal.
- Definición e implementación de la política de Cookies.
- Web "responsive", accesible desde cualquier dispositivo móvil (móvil, tableta, smart TV...)

Si se considera pertinente, se puede mandar información sobre el tráfico de entrada medio bajo petición. Así como cualquier otra información requerida.

4. Hosting.

Una vez levantada la infraestructura en el proveedor cloud (AWS), habrá un coste mensual variable por el uso de la misma. Este coste variará mes a mes en función del uso que se haga de la infraestructura en cuestión. El adjudicatario será el responsable de contratar y configurar en la nube del proveedor todos los servicios descritos con anterioridad para los entornos de producción y pre-producción, y quien realice al proveedor el pago mensual de los importes derivados de sus servicios.

Barcelona Energia (TERSA) deberá ser el propietario del servidor y la agencia será dada de alta como administradora.

El importe asociado al uso de los servicios cloud serán refacturados sin ningún tipo de comisión a Barcelona Energia por parte del adjudicatario emitiendo la correspondiente factura y entregando el comprobante del pago efectivamente realizado al proveedor cloud.

El contrato con el servidor puede ser de hasta 3 años, renovables.

5. Analítica y medición:

Se presenta como un apartado propio y no integrado dentro de los demás por la necesidad de generar una visión global analítica, de la unificación de criterios de evaluación y de la necesaria interrelación entre las mediciones y datos obtenidos mediante las distintas acciones vinculadas a las distintas partes de esta licitación.

Las tareas para desarrollar son la definición de los KPIs objetivo de notoriedad, consideración y conversión y de los indicadores que se medirán para poder controlar su evolución y consecución. Algunos KPIs e indicadores pueden ser:

- el tráfico general,
- tráfico a unas determinadas páginas,
- permanencia en la web,
- número de páginas visitadas por usuario/perfil,
- Customer Journey según tipo de usuario,
- contrataciones,
- leads,

- Conversion Rate general,
- Conversion Rate de cada fuente de tráfico,
- Conversion Rate de cada página,
- número de visitas de un mismo usuario al mes,
- Coste por Adquisición general,
- Coste por adquisición por fuente de tráfico,
- Coste de adquisición por tipo de usuario,
- inversión diaria en publicidad digital (GAds, social ads, RTB, etc.),
- relación entre inversión y contrataciones,
- relación entre inversión y coste por adquisición.

Se deberán tener en cuenta en las decisiones y tener introducidos en el análisis una capa de datos (data layer) que recoja información relativa a negocio para exportar a las diferentes soluciones analíticas y de publicidad.

El objetivo que cumplir es entender cuánto tarda cada euro invertido en ser recuperado y cómo esto cambia según canal/medio/campaña/creatividad/cambio en la web. Es decir, es imprescindible identificar el lapso de tiempo entre inversión y conversión efectiva: encontrar la relación causa-efecto en cada una de las acciones digitales de la empresa. Así como obtener todos los datos necesarios para mejorar los resultados de todos los KPIs definidos y, consecuentemente, la experiencia de usuario.

Es responsabilidad de la agencia conseguir recabar todos los datos necesarios e implementar toda la programación y tags necesarios para poder medir los KPIs e indicadores acordados. También el garantizar la calidad de los mismos eliminando duplicidades, por ejemplo, creando un identificador único por usuario.

También habrá que configurar e implementar la analítica en GA4, ya que es la solución marcada por Google como definitiva (adaptación de la configuración actual de GA). Independientemente de si temporalmente se sigue trabajando con GA.

Será necesaria la creación de un dashboard de seguimiento. En dicho dashboard se deben poder visualizar los KPIs e indicadores por perfil. Se deberá entregar también, mensualmente, un informe a mes vencido con análisis y recomendaciones para todos los apartados contratados con la presente licitación. Este dashboard e informe deben proporcionar una visión global de la analítica del ecosistema digital de Barcelona Energia y recomendaciones concretas de mejora en todos los servicios incluidos en esta licitación.

Esta parte deberá aportar todos los datos necesarios para el desarrollo y justificación de las acciones propuestas en las otras partes de la licitación.

6. Optimización de la experiencia de usuario en base a unos KPIs establecidos

Esta parte es un proyecto **continuo y constante** en el tiempo cuyo objetivo es la mejora y optimización continua de la web a nivel de experiencia de usuario (UX), performance (CRO) e integración en el ecosistema digital y de comunicación de Barcelona Energia.

No se trata de realizar una única auditoria inicial y un plan de acción a un año para solventar los problemas sino de realizar análisis continuos para buscar la mejora constante y proactiva de la web.

Esta parte está dividida en distintos ejes de actuación, siempre a implementar tanto en desktop como en mobile y tablet:

- Perfiles de usuario:
Identificación de perfiles de usuarios para poder generar una experiencia digital personalizada, presentando el Customer Journey más eficiente para cada perfil. Estos perfiles serán complementados por un estudio de segmentación que se realizará el 2022 por Barcelona Energia.
- Auditoría UX y estilo
Revisión de la web para detección de mejoras en mensajes, diseño gráfico, redacción, fotografía, etc.
Se deberá realizar una revisión manual constante y complementarla con alguna herramienta de análisis de UX para proponer mejoras basadas en datos.
También se incluye la aplicación de dichas mejoras si se trata de cambios menores. Por cambio menor se entienden las mejoras superficiales de la web que no implican nuevas funcionalidades.
 - a. Análisis del tráfico y comportamiento: Encontrar los patrones de comportamiento y problemas en páginas (pain points)
 - i. Reports de conversiones
 - ii. Análisis del flujo de comportamiento y user journey.
 - iii. Análisis de las páginas con mayor porcentaje de abandono y peor calidad de sesión.
 - iv. Áreas y elementos con mayor y menor interacción. ¿Qué funciona y qué no?
 - v. Zonas con mayor y menor visibilidad.
 - vi. Posibilidad de recoger feedback y datos de usuarios reales.
 - vii. Diseño, organización y contenido de formularios y procesos de venta.
 - b. Revisión de la UX
 - i. Revisión del diseño, organización y contenido de formularios y procesos de venta.
 - ii. Jerarquía visual: Organización, colores, tamaños, etc. de los elementos de la web.
 - iii. Interacción y diseño de los mensajes dirigidos al usuario.
 - iv. Navegación: Arquitectura, menús, migas de pan, búsqueda interna, etc.
 - v. Contenido: Lenguaje utilizado, legibilidad del texto, etc.
 - vi. Etiquetas y botones: Diseño y texto de todas las etiquetas, CTAs y botones.
 - vii. Diseño en diferentes dispositivos, scroll, pop-ups, animaciones, etc.
- Integración en el ecosistema digital de Barcelona Energia
Coordinación en reuniones quincenales.
Creación de Customer journeys y landings específicos por campaña, fuente de tráfico, perfil de usuario... según aprendizajes recabados.

El objetivo a alcanzar es una web viva, que vaya evolucionando constantemente para ofrecer una optimización y personalización constante de UX, performance y SEO.

Para la realización de este apartado se deberá de disponer, **como mínimo**, de la herramienta de análisis de UX **Hotjar en modalidad business** y realizar análisis continuos que permitan sacar ideas de optimizaciones para la web (desktop, mobile y tablet por separado) que mejoren los KPIs definidos. El objetivo es crear una experiencia de usuario específica y personalizada para cada uno de los perfiles pre-definidos por Barcelona Energia.

La agencia deberá analizar los datos aportados por la herramienta y aportar ideas y propuestas en base a éstos.

De cara al segundo año, será necesario poder realizar sub-segmentaciones con cada uno de los perfiles pre-definidos.

El presupuesto de esta fase incluye el coste de las herramientas y las horas de gestión y análisis.

7. A/B Testing

Contratación de la herramienta de A/B testing Convert en versión Specialist y realización de tests continuos y de forma ágil que permitan recopilar datos para aplicar optimizaciones a la web (desktop, mobile y tablet por separado) que mejoren los KPIs definidos. El objetivo es crear una experiencia de usuario específica y personalizada para cada uno de los perfiles pre-definidos por Barcelona Energia.

La agencia deberá aportar ideas y propuestas para realizar nuevos tests mensualmente así como un dashboard con los resultados de los tests realizados. De cara al segundo año, será necesario poder realizar los A/B test por separado a cada uno de los segmentos pre-definidos.

El presupuesto de esta fase incluye el coste de las herramientas y las horas de gestión y análisis, así como la aplicación de cambios menores resultado de los tests. Por cambio menor se entiende cualquier mejora superficial de la web que no implique nuevas funcionalidades.

8. Estrategia SEO

Esta parte también es un proyecto continuo y constante en el tiempo cuyo objetivo es la mejora y optimización continua de la web a nivel de SEO y atracción de tráfico.

La programación SEO se ha incluido en el punto 3 de esta licitación.

Esta parte está dividida en distintos ejes de actuación:

- Auditoria constante SEO y estrategia
Análisis inicial y posteriores revisiones mensuales del SEO de la web, de las palabras clave estratégicas y el posicionamiento de la web de Barcelona Energia en cada una de ellas (incluyendo información proporcionada por las campañas paid digitales) y del mercado y la competencia. A partir de esta auditoria se deberá definir una estrategia de actuación. Se tendrá en cuenta el ámbito geográfico de Barcelona Energia (36 municipios de la AMB) y se analizarán, como mínimo, 6 competidores.
- Optimización SEO
Aplicación de las mejoras técnicas y de la optimización de la arquitectura web y de los contenidos para mejorar el SEO de la web de Barcelona Energia en relación a las palabras clave definidas en la auditoria y en la estrategia. Los contenidos del BLOG serán redactados por Barcelona Energia, pero la agencia deberá proporcionar recomendaciones de palabras clave a trabajar y revisar la correcta programación y etiquetaje SEO de los nuevos contenidos subidos. Se calcula un contenido de BLOG al mes.
- Herramientas necesarias
Todas aquellas que considere la agencia, como mínimo debe incluir: SEMRush, ScreamingFrog, Ahrefs, DeepCrawl y SEOMonitor.

Mínimos técnicos a llevar a cabo:

Auditoria técnica

- Pruebas
 - a. Accesibilidad
 - b. Canonicalización
 - c. Sitemaps y Robots.txt
 - d. Etiquetas Hreflang
 - e. Marcación Semántica
 - f. Arquitectura y enlazado interno
 - g. Contenido duplicado
 - h. Velocidad de carga
 - i. Compatibilidad de dispositivos
- Soluciones
 - a. Identificar soluciones para cada uno de los problemas
- Categorización
 - a. Según urgencia o posibles beneficios SEO categorizaremos los problemas/soluciones para poder considerar que tareas se hacen primero
- Revisiones periódicas de problemas y progreso con implementaciones
- Revisión de la correcta implementación

Metodología optimización onsite

1. Revisión de la optimización onsite actual: meta títulos, meta descripciones, títulos H1 y textos.
2. Match de keywords objetivo por landing.
3. Propuesta de mejora de meta títulos, meta descripciones, títulos H1 e inclusión de keywords objetivo.
4. Revisión de textos y propuesta de mejoras con el fin de incluir las keywords objetivo.

Linkbuilding

- Métricas
 - Autoridad: métricas que midan el prestigio de una web proporcionadas por distintas herramientas SEO: SEMRush(TF), AhRefs (DR), DA (Moz)
 - Relevancia: Como de relevante temáticamente es la web que nos enlaza.
 - Texto Ancla: como de relevante es el texto que utilizamos para enlazar a nuestra web
 - Follow vs nofollow: si el enlace esta etiquetado para que nos pase valor SEO "dofollow"
 - Ubicación: dónde dentro del texto de la página en cuestión está el enlace
- Selección de enlaces
 - La autoridad de dominio de SEOmoz debe ser mayor de DA25+
 - La web no puede tener una penalización de Google.
 - El artículo que incluirá el link debe ser publicado como indexable y followed.
 - No repetimos el bloque C de las IPs.
 - No más de 10 links externos do-follow desde la página en la que el artículo y el link serán publicados
- Contenidos
 - Solicitar la creación de contenidos únicos en webs temáticamente relevantes.
 - El enlace siempre debe ir posicionado en el texto principal del artículo para sacarle máximo rendimiento

- Pedimos al menos 2 enlaces dirigidos hacia nuestra web con textos ancla optimizados.
- Revisamos los contenidos antes de su publicación.

9. Estrategia y gestión campañas digitales

Planificación, gestión, ejecución, seguimiento y análisis de la inversión en campañas digitales de Barcelona Energia. Las campañas se podrán realizar mediante cualquier formato y canal digital (SocialAds, GDN, RTB, RTG, GoogleAds, SEM, display...)

Este apartado, además de todas las gestiones necesarias para la consecución de los objetivos, también incluye la construcción de Customer Journeys y embudos de conversión por perfil.

En la analítica de este apartado se dará mucha importancia, para la correcta toma de decisiones, al modelo de atribución. Se deberá huir del "last click" como único modelo de atribución e incorporar *también* otros modelos como el de "según posición" (sobreponderando la primera y última interacción) o el de First click para poder valorar el uso de uno u otro según el objetivo concreto a analizar. También se puede proponer un algoritmo personalizado con la debida justificación de que es más representativo y fiable que los modelos de atribución mencionados.

- La inversión total a gestionar destinada a la ejecución de acciones planificadas para un año de contrato es de 300.000 euros, IVA no incluido. Este importe no es vinculante a efectos contractuales, por lo que Barcelona Energia no está obligada a realizar la totalidad de la inversión mencionada anteriormente, ya que la inversión se realizará según las necesidades que surjan durante el contrato.

Los importes de Social Ads y de GAds se facturarán directamente en la cuenta de Barcelona Energia, para cualquier otro medio o canal se podrá dar la posibilidad de que sea la agencia la que haga de intermediadora.

Para garantizar los gastos de la agencia, el pago de las inversiones se realizará mensualmente previa presentación de factura y documentos justificativos que validen la realización de las tareas.

10. Desarrollo de nuevas funcionalidades o ampliaciones de la web o su área cliente

Bolsa de horas para el desarrollo de nuevas funcionalidades, landings o apartados de la web o su área cliente.

Para la retribución de esta parte del proyecto se trabajará con un precio €/h por perfil implicado en el proyecto acordado previamente en el contrato. En el caso de involucrar un perfil no contemplado se acordará previamente con Barcelona Energia qué segmento será su equivalente a nivel de retribución. La incorporación de nuevos perfiles se puede requerir en cualquier momento de la duración del contrato, y siempre se acordará el segmento de retribución asignado para dicho perfil previo a su implicación.

Los precios / hora máximos establecidos por cada perfil que pudiera llevar a cabo los trabajos son los siguientes:

Nombre perfil	Perfiles del equipo de trabajo	Precio / hora máximo (IVA excluido)
CO	Coordinación	60,00.-€/h
P	Programación (Back-end, front-end, full stack)	70,00.-€/h
DUX	Diseño UX	50,00.-€/h
DG	Diseño gráfico digital	50,00.-€/h
RT	Redacción de textos	40,00.-€/h

Con cada encargo dentro de este apartado se presupuestará la cantidad de horas de cada perfil necesarias para llevar a cabo todas las tareas acordadas junto con un calendario de realización. En caso de no cumplirse las fechas límite acordadas, habrá penalizaciones de un 5% por cada día de retraso a partir del segundo día natural sobre el presupuesto aprobado, tal y como se indica, entre otras penalizaciones, en el Pliego de Cláusulas Administrativas Particulares.

Este apartado incluye la creación de landings para la web, nuevas funcionalidades y también puede incluir la realización de estudios de usuario (user testing) en los cuales se diseñen tests de usabilidad según los análisis preliminares de conversión utilizando Hotjar y Google Analytics. Se deberán buscar usuarios que coincidan con alguno de los perfiles definidos por Barcelona Energia para que realicen pruebas para identificar problemas y/o contextualizar y dar un factor cualitativo a los datos más analíticos.

11. Partida alzada inversión medios digitales

Se añade una partida alzada para el pago de la inversión digital que Barcelona Energia no realice directamente. El pago de las inversiones se realizará mensualmente previa presentación de factura y documentos justificativos que validen con todo detalle la inversión realmente realizada en cada medio/canal. En ningún caso la agencia podrá quedarse una comisión sobre esta inversión puesto que las horas de gestión ya están contempladas en el punto "Estrategia y gestión campañas digitales".

7. Supervisión, control, condiciones y excepcionalidades

Barcelona Energia, como contratante de los servicios, podrá realizar las tareas de control e inspección que crea oportunas para garantizar el correcto funcionamiento del proyecto. Además, se mantendrán reuniones presenciales con el interlocutor establecido por el adjudicatario con el objeto de establecer una coordinación y un diálogo activo.

De manera excepcional, y en base a los intereses de Barcelona Energia, esta se reserva el derecho de negociar y contratar directamente los servicios objeto de este contrato con los diferentes medios/canales/espacios. En este supuesto, no se generará ningún gasto en concepto de cargo para la agencia.

La empresa adjudicataria no podrá utilizar, ni para sí ni para terceros, ningún dato relacionado con los trabajos contratados, tampoco podrá publicar total o parcialmente su contenido.

Todos los datos obtenidos a través de la web durante el proyecto serán propiedad de Barcelona Energia (TERSA). En todo caso se deberá cumplir con la normativa europea de protección de datos GDPR.

Garantía del Servicio

Las incidencias serán resueltas por la empresa y posfinalización, garantía de 12 meses desde la puesta en producción de las funcionalidades determinadas.

8. Interpretación y omisiones

El adjudicatario tendrá la obligación de poner de manifiesto cualquier omisión, ambigüedad o contradicción que figure en el pliego. En ningún caso podrá sustituir la falta unilateralmente y sin autorización expresa.

Cualquier interpretación o aclaración referente al pliego es competencia exclusiva de TERSA o de la persona en quien esta delegue.

El presente pliego, realizado para la presentación de ofertas, constituye la única normativa técnica sobre el alcance del trabajo. Sin embargo, en el caso de que se estime oportuno, Barcelona Energia podrá aportar nuevas especificaciones que modifiquen o aclaren conceptos.

9. Incentivos al licitador

Barcelona Energia, en sus dos años en el libre mercado, ha conseguido duplicar su cartera de clientes privados anualmente. En el primer año de contrato, si Barcelona Energia duplica su cartera de clientes, la agencia recibirá un incentivo de 5 euros por usuario que supere ese 100% de crecimiento anual, hasta un máximo de 15.000 euros. En cada prórroga se establecerá el objetivo concreto a batir para el siguiente año para lograr dicho incentivo.

A final de cada año se realizará el balance total del número de usuarios finales de Barcelona Energia y en el caso de ser superior al objetivo planteado a la cláusula "Incentivos a los licitadores", Barcelona Energia abonará el incentivo adquirido en una factura a parte.