

**Àrea:** Marketing

**Expediente:** HSE00031/2023

**Tipo de procedimiento:** Abierto sujeto a regulación armonizada

**Objeto:** Servicio de marketing de contenidos de la Universitat Oberta de Catalunya

**Asunto:** Memoria justificativa

**Memoria justificativa del contrato relativo a " Servicio de marketing de contenidos de la Universitat Oberta de Catalunya "**

**1. Necesidades por satisfacer**

La Directora del Área de Marketing detectó la necesidad de realizar la contratación relativa al "Servicio de marketing de contenidos de la Universitat Oberta de Catalunya", de acuerdo con los motivos expuestos en los apartados primero y segundo de su Informe justificativo.

Se considera que, mediante el presente contrato, se satisfarán de forma directa, clara y proporcional las necesidades anteriormente referidas.

**2. Procedimiento de licitación, régimen jurídico y tramitación**

**Procedimiento de licitación**

Dadas las características objeto de la contratación y de acuerdo con las previsiones de los artículos 131.2 y 156 a 158 de la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público ("LCSP"), el procedimiento de adjudicación adecuado es el abierto.

**Régimen jurídico**

De acuerdo con lo que dispone el artículo 26.1.b) de la LCSP, este Contrato tiene naturaleza privada y, de acuerdo con su objeto e importe, sí está sujeto a regulación armonizada.

**Tramitación**

Ordinaria.

**3. Objeto del contrato**

El objeto de la presente contratación consiste en la provisión del Servicio de marketing de contenidos con el alcance referido en el informe justificativo de la necesidad de la contratación.

Se hace constar que se ha comprobado, en aplicación de lo dispuesto en el artículo 132.2 de la LCSP, que no se ha alterado el objeto del contrato con el fin de evitar la aplicación de las reglas de contratación que correspondan y que no existe fraccionamiento del contrato.

**4. Insuficiencia de medios**

Vista la necesidad de contar con el servicio y, tras constatar que la UOC no dispone de los medios personales y materiales necesarios para prestarlo directamente, se estima conveniente que se proceda a la contratación de este servicio, mediante el procedimiento antes indicado, para que se preste externamente.

En concreto, la insuficiencia de medios personales y materiales para que la UOC pueda asumir directamente el servicio se debe a los siguientes motivos:

La Universitat Oberta de Catalunya necesita contratar el servicio de marketing de contenidos debido a la insuficiencia de medios personales para desarrollar todas las tareas que se engloban en el objeto del presente contrato. El elevado volumen de trabajo que desarrollan los equipos del Área de Marketing y del Área de Desarrollo Corporativo hace materialmente imposible que puedan asumir el volumen de trabajo que representa la realización de las tareas vinculadas con la definición y el desarrollo de la estrategia de marketing de contenidos, así como la elaboración de dichos contenidos.

Además, ninguna de las dos Áreas cuenta con personas con el nivel de expertise y los conocimientos necesarios en el ámbito del marketing de contenidos para diseñar e implementar una estrategia en este campo, dada la complejidad de las tareas y funciones relacionadas con el objeto del contrato.

En definitiva, las razones anteriormente expuestas evidencian la necesidad de proceder a la contratación del citado servicio mediante el correspondiente procedimiento de licitación, para que sea prestado externamente.

## 5. División en lotes

Dada la naturaleza y el objeto del contrato, resulta procedente dividir el objeto del contrato en los siguientes lotes, puesto que se configuran como unidades funcionales separadas:

- Lote 1: Estrategia, gestión y elaboración de contenidos para el Área de Marketing.
- Lote 2: Estrategia, gestión y elaboración de contenidos para el Área de Campañas dentro del Área de Desarrollo Corporativo.

## 6. Duración

La duración del contrato, indicada en el Informe Justificativo, se ha fijado teniendo en cuenta la naturaleza de las prestaciones, las características de su financiación y la necesidad de someter periódicamente a concurrencia su realización, respetando en todo caso el límite al que se refiere el artículo 29.4 de la LCSP.

## 7. Presupuesto base de licitación

Se entiende por presupuesto base de licitación el límite máximo de gasto que en virtud del contrato puede comprometer el órgano de contratación, incluido el Impuesto del Valor Añadido, salvo disposición en contrario. El presupuesto base de licitación es de 273.112,13 euros (IVA incluido), de acuerdo con el siguiente desglose:

		Importe máximo (IVA excluido)	Importe IVA (21%)	Importe máximo (IVA incluido)
<b>LOTE 1</b>	Definición y desarrollo de la estrategia de marketing de contenidos	40.000,00€	8.400,00€	48.400,00€
	Elaboración y creación de contenidos	136.831,50€	28.734,62€	165.566,12€
	Bolsa de recursos de perfiles expertos	18.300,00€	3.843,00€	22.143,00€

<b>LOTE 2</b>	Definición y desarrollo de la estrategia de marketing de contenidos	10.000,00€	2.100,00€	12.100,00€
	Elaboración y creación de contenidos	11.581,00€	2.432,01€	14.013,01€
	Bolsa de recursos de perfiles expertos	9.000,00€	1.890,00€	10.890,00€
<b>IMPORTE PBL (IVA incluido)</b>		273.112,13€		

En la determinación de este presupuesto, que se ha elaborado de forma que sea adecuado al precio de mercado, se han tenido en cuenta los costes directos e indirectos y los gastos indicados en el artículo 100 de la LCSP, así como los gastos salariales estimados aplicables, según el siguiente desglose:

Lote 1: Estrategia, gestión y elaboración de contenidos para el Área de Marketing.

PBL	%	Importe sin IVA	IVA 21%	Importe con IVA
Costes directos (MOD, MAT, etc.)	65,87%	128.533,12€	26.991,96€	155.525,07€
Costes estructura	27,37%	53.407,49€	11.215,57€	64.623,06€
Beneficio industrial	6,76%	13.190,89€	2.770,09€	15.960,98€
<b>Total</b>	<b>100,00%</b>	<b>195.131,50€</b>	<b>40.977,61€</b>	<b>236.109,12€</b>

Lote 2: Estrategia, gestión y elaboración de contenidos para el Área de Campañas dentro del Área de Desarrollo Corporativo

PBL	%	Importe sin IVA	IVA 21%	Importe con IVA
Costes directos (MOD, MAT, etc.)	65,87%	20.143,70 €	4.230,18 €	24.373,88 €
Costes estructura	27,37%	8.370,02 €	1.757,70 €	10.127,72 €
Beneficio industrial	6,76%	2.067,28 €	434,13 €	2.501,40 €
<b>Total</b>	<b>100,00%</b>	<b>30.581,00 €</b>	<b>6.422,01 €</b>	<b>37.003,01 €</b>

El presupuesto base de licitación se ha calculado por un lado, mediante una parte a tanto alzado y por otra, partiendo de una demanda estimada y de los precios unitarios que se indican a continuación, y no existe obligación alguna por parte del órgano de contratación de agotar ningún importe hasta el presupuesto de licitación indicado más arriba:

**Lote 1: Estrategia, gestión y elaboración de contenidos para el Área de Marketing.**

- Definición y desarrollo de la estrategia de marketing de contenidos.

Precio a tanto alzado máximo aplicable: 40.000€/año (IVA excluido)

- Elaboración y creación de contenidos.

Precios unitarios máximos aplicables:

Concepto	Precio/hora máximo (IVA excluido)	N.º de trabajos anuales	Importe total previsto (IVA excluido)
<b>Contenido redaccional</b>			
<b>Blog</b>			
Artículo de 1.600 palabras	138,00 €	20	2.760,00 €
Artículo de 1.000 palabras	102,00 €	55	5.610,00 €
Artículo de 500 palabras	68,40 €	120	8.208,00 €
Artículo de 300 palabras	45,60 €	150	6.840,00 €
<b>Directorio</b>			
Artículo de 500 palabras	68,40 €	12	820,80 €
<b>Prensa</b>			
Artículo de 900 palabras	90,00 €	10	900,00 €
Artículo de 400 palabras	57,60 €	10	576,00 €
<b>Redes sociales</b>			
Post para los perfiles de RRSS	16,80 €	250	4.200,00 €
<b>Email</b>			
Texto para email de entre 201 y 300 palabras	33,60 €	50	1.680,00 €
Texto para email de entre 100 y 200 palabras	26,40 €	35	924,00 €
<b>Folletos</b>			
Textos para los folletos de entre 100 y 200 palabras	26,40 €	9	237,60 €
Textos para los folletos de entre 50 y 99 palabras	21,60 €	9	194,40 €
<b>Página web</b>			
Redacción de contenidos web de 1.000 palabras	102,00 €	12	1.224,00 €
Redacción de contenidos web de 600 palabras	69,60 €	5	348,00 €
Redacción de contenidos web de 300 palabras	45,60 €	22	1.003,20 €
Redacción de contenidos web de 150 palabras	26,40 €	15	396,00 €
Redacción de contenidos web de 75 palabras	16,80 €	20	336,00 €
Redacción de contenidos web de 30 palabras	10,80 €	750	8.100,00 €
Redacción de claims comerciales de 75 palabras	24,00 €	200	4.800,00 €
Edición de contenidos web ya existentes de 300 palabras	24,00 €	100	2.400,00 €
Edición de contenidos web ya existentes de 150 palabras	16,80 €	20	336,00 €
Edición de contenidos web ya existentes de 75 palabras	12,00 €	20	240,00 €
<b>Contenido gráfico y audiovisual</b>			
Infografía estática pequeñas dimensiones en dos idiomas (elaboración de contenidos, diseño y maquetación)	310,50 €	20	6.210,00 €

Infografía estática grandes dimensiones en dos idiomas (elaboración de contenidos, diseño y maquetación)	1.322,50 €	5	6.612,50 €
Infografía animada en dos idiomas (elaboración del guión, desarrollo del storyboard, diseño y animación de la ilustración, locución y compra de música, con derechos de imagen, música y voz por tres años, si fuera el caso). El video será subtítulo en idioma	4.140,00 €	4	16.560,00 €
Libro digital de hasta 20 páginas (elaboración del contenido, diseño y maquetación)	2.875,00 €	7	20.125,00 €
Video de motion graphics de hasta 60 segundos en dos idiomas (creación del contenido, elaboración del guion, montaje, música de stock y locución con derechos por tres años, si fuera el caso). El video será subtítulo en cada idioma.	920,00 €	10	9.200,00 €
Video promocional de contenidos de entre 15 y 60 segundos con rodaje en dos idiomas (rodaje, elaboración del guion, montaje, música de stock y locución con derechos por tres años, si fuera el caso). El video será subtítulo en cada idioma.	1.495,00 €	6	8.970,00 €
Video promocional de contenidos de entre 15 y 60 segundos con imágenes de stock en dos idiomas (selección del contenido, elaboración del guion, montaje, música de stock y locución con derechos por tres años, si fuera el caso). El video será subtítulo en cada idioma.	690,00 €	10	6.900,00 €
Adaptaciones de vídeos de marketing de contenidos	92,00 €	60	5.520,00 €
Conceptualización y desarrollo de storyboard y guion de contenidos para productos audiovisuales. independientes (quedan excluidos los productos audiovisuales recogidos en esta tabla)	920,00 €	5	4.600,00 €
<b>TOTAL</b>			<b>136.831,50 €</b>

El presupuesto del lote se determina en una combinación precios a tanto alzado, para el servicio de estrategia y gestión de contenidos, y precios unitarios por tipología de producto, para la elaboración de contenidos. Los precios recogidos tienen la consideración de precios máximos (tanto los precios a tanto alzado como los precios unitarios), que no podrán ser superados por los licitadores en sus propuestas.

El presupuesto de la licitación se ha determinado atendiendo a la estimación de necesidades del servicio que se habrá de desarrollar durante la ejecución del contrato para poder mantener la actividad normal de la Universidad. En el PPT se detallan los volúmenes orientativos de cada lote. El cálculo se ha efectuado de manera estimativa y debe interpretarse como una simple estimación no vinculante del servicio que deberán realizar las empresas que resulten adjudicatarias.

Además, y en la medida en que el importe global del presupuesto del contrato se organiza a partir de estimaciones, solo se podrán facturar los importes presentados como oferta por los adjudicatarios en el sobre 3, sin que exista ninguna obligación por parte del órgano de contratación de agotar el importe destinado al presupuesto máximo. El grado de ejecución del presupuesto queda vinculado directamente a las necesidades que aparezcan para la entidad a lo largo de la duración del contrato. Por lo tanto, el adjudicatario no tendrá derecho a ninguna

compensación en el caso de que los volúmenes reales sean inferiores a los volúmenes indicados en el pliego de prescripciones técnicas.

**Lote 2: Estrategia, gestión y elaboración de contenidos para el Área de Campañas dentro del Área de Desarrollo Corporativo.**

- Definición y desarrollo de la estrategia de marketing de contenidos.

Precio a tanto alzado máximo aplicable: 10.000€/año (IVA excluido)

- Elaboración y creación de contenidos.

Precios unitarios máximos aplicables:

Concepto	Precio/hora máximo (IVA excluido)	N.º de trabajos anuales	Importe total previsto (IVA excluido)
<b>Contenido redaccional</b>			
<b>Redes sociales</b>			
Artículo de 1.000 palabras	102,00 €	30	3.060 €
Artículo de 1.600 palabras	138,00 €	24	3.312 €
<b>Página web o landing page</b>			
Redacción de contenidos web de hasta 300 palabras	45,60 €	10	456 €
Redacción de contenidos web de 150 palabras	26,40 €	10	264 €
<b>Textos contenido digital</b>			
Textos para contenido gráfico (infografía, video)	31,25 €	24	750 €
Texto para email de hasta 200 palabras	26,40 €	24	634 €
<b>Contenido gráfico y audiovisual</b>			
Infografía estática pequeñas dimensiones en dos idiomas (elaboración de contenidos, diseño y maquetación)	310,50 €	10	3.105 €
<b>TOTAL</b>			<b>11.581 €</b>

El presupuesto del lote se determina en una combinación precios a tanto alzado, para el servicio de estrategia y gestión de contenidos, y precios unitarios por tipología de producto, para la elaboración de contenidos. Los precios recogidos tienen la consideración de precios máximos (tanto los precios a tanto alzado como los precios unitarios), que no podrán ser superados por los licitadores en sus propuestas. La presentación de ofertas que superen estos importes será desestimada y excluida automáticamente de licitación.

El presupuesto de la licitación se ha determinado atendiendo a la estimación de necesidades del servicio que se habrá de desarrollar durante la ejecución del contrato para poder mantener la actividad normal de la Universidad. En el PPT se detallan los volúmenes orientativos de cada lote. El cálculo se ha efectuado de manera estimativa y debe interpretarse como una simple estimación no vinculante del servicio que deberán realizar las empresas que resulten adjudicatarias.

Además, y en la medida en que el importe global del presupuesto del contrato se organiza a partir de estimaciones, solo se podrán facturar los importes presentados como oferta por los adjudicatarios en el sobre 3, sin que exista ninguna obligación por parte del órgano de contratación de agotar el importe destinado al presupuesto máximo. El grado de ejecución del presupuesto queda vinculado directamente a las necesidades que aparezcan para la entidad a lo largo de la duración del contrato. Por lo tanto, el adjudicatario no tendrá derecho a ninguna compensación en el caso de que los volúmenes reales sean inferiores a los volúmenes indicados en el pliego de prescripciones técnicas.

**b) Sistema de determinación del precio por la contratación de horas de perfiles expertos, no precisables en el momento de la licitación**

En cada uno de los lotes de la licitación se ha previsto una bolsa para la contratación de perfiles expertos, para dar respuesta a tareas y necesidades futuras vinculadas con el desarrollo y la ejecución de la estrategia de contenidos, no precisables en el momento de la licitación y que, por lo tanto, no están incluidas en la descripción del servicio del lote 1 (apartado 3.1 del PPT) y del lote 2 (apartado 3.2 del PPT). Esta bolsa de horas para la contratación de perfiles expertos está reservada para situaciones que requieran de un perfil profesional con un nivel de *expertise* muy concreto no disponible en el equipo de la UOC.

El importe de esta bolsa es el siguiente para cada uno de los lotes:

**Bolsa de recursos de perfiles expertos del lote 1:**

Concepto	Precio/hora máximo (IVA excluido)	N.º horas anuales	Importe previsto total (IVA excluido)
Servicio de consultoría de estrategia de contenidos	90 €/hora	120	10.800 €
Servicio integral de diseño, arquitectura y consultoría SEO para la estrategia de contenidos	75 €/hora	100	7.500 €
<b>Total</b>			<b>18.300 €</b>

**Bolsa de recursos de perfiles expertos del lote 2:**

Concepto	Precio/hora máximo (IVA excluido)	N.º horas anuales	Importe previsto total (IVA excluido)
Servicio de consultoría de estrategia de contenidos	90 €/hora	100	9.000 €
<b>Total</b>			<b>9.000 €</b>

El importe económico previsto para este gasto, que se configura como una bolsa, tiene un importe anual máximo y puede ser utilizado en parte o totalmente, sin que represente ningún compromiso de gasto para la Universidad. Este importe no admite baja y se abonará mensualmente, por los trabajos e importes efectivamente ejecutados. El conjunto de horas a realizar con base a esta partida no podrá superar su previsión máxima.

Por lo tanto, en sede de la presente licitación no se presentará oferta económica por estas tipologías de servicios, de modo que la determinación del precio de los pedidos se realizará según el siguiente procedimiento:

1. La Universidad notificará la necesidad de dichas peticiones, fijando un presupuesto máximo para las actuaciones que se requieren según precios de mercado. El plazo de entrega será el razonable atendiendo a la complejidad de los servicios requeridos.
2. El contratista podrá presentar oferta por dichas peticiones dentro del plazo de tres días hábiles siguientes a la notificación del requerimiento de presentación de oferta. La oferta económica no podrá superar el presupuesto máximo fijado por la Universidad.

3. En el caso de que el licitador no esté conforme con el presupuesto de licitación asignado a los servicios concretos requeridos, o bien no esté en disposición de prestarlos, podrá hacerlo constar a la Universidad por escrito. Dicha comunicación comportará la renuncia a la presentación de dicha oferta.
4. En caso de renuncia a la presentación de la propuesta, la Universidad se reserva el derecho de ejecutar el encargo parcialmente o totalmente fuera del presente contrato.

## 8. Valor estimado del contrato

Se entiende por valor estimado del contrato el valor del importe total, sin incluir el Impuesto del Valor Añadido, pagadero según las estimaciones realizadas.

El método aplicado para calcular el valor estimado del contrato es, de conformidad con el artículo 101 de la LCSP, el siguiente:

Valor estimado del contrato: 505.948,75 euros (IVA excluido), según el siguiente desglose:

	Lote 1			Lote 2		
	Definición y desarrollo de la estrategia de marketing de contenidos	Elaboración y creación de contenidos	Bolsa de recursos de perfiles expertos	Definición y desarrollo de la estrategia de marketing de contenidos	Elaboración y creación de contenidos	Bolsa de recursos de perfiles expertos
<b>Importe contrato (IVA excluido)</b>	40.000,00€	136.831,50€	18.300,00€	10.000,00€	11.581,00€	9.000,00€
<b>Importe contrato 1ª prórroga (IVA excluido)</b>	40.000,00€	136.831,50€	18.300,00€	10.000,00€	11.581,00€	9.000,00€
<b>Importe variación unidades ex. Artículo 309.1 LCSP</b>	0,00€	13.683,15€	0,00€	0,00€	1.158,10€	0,00€
<b>Importe modificaciones contractuales (20% PBL)</b>	35.366,30€			4.316,20€		
<b>IMPORTE TOTAL/LOTE (IVA excluido)</b>	439.312,45€			66.636,30€		
<b>VEC TOTAL SERVICIO (IVA EXCLUIDO)</b>	505.948,75€					

El valor estimado del contrato se ha calculado teniendo en cuenta un sistema conjunto de determinación del precio a tanto alzado y mediante precios unitarios, en función de los ámbitos para llevar a cabo la prestación integral del servicio objeto de contratación. Este sistema se complementa con una bolsa de recursos de perfiles expertos, para trabajos que no pueden ser concretados en el momento de realizar la licitación. Las estimaciones de volúmenes para las

partidas con precios unitarios se indican en el apartado 6 del Pliego de Prescripciones Técnicas y el presupuesto se encuentra configurado por la retribución habitual y estándar en el mercado por la prestación de los servicios objeto del contrato. Dado que se establecen precios unitarios en la determinación del precio, se prevé la posibilidad de incrementar el gasto en un máximo del 10% del precio del contrato que se configura con precios unitarios y se especifica el importe de esta partida en la configuración del VEC. En méritos del artículo 309.1 de la LCSP esta partida no tendrá la condición de modificación contractual.

El cálculo se ha efectuado de forma estimativa, no encontrándose la UOC obligada a contratar un determinado número de servicios objeto del contrato, sino únicamente aquellos que considere necesarios. Por este motivo, la UOC no está obligada a agotar los importes arriba indicados, que son importes máximos, y el empresario seleccionado no tendrá derecho a recibir una compensación o indemnización.

## 9. Revisión de precios

No concurren los requisitos previstos en el artículo 103 de la LCSP para que opere la revisión de los precios.

## 10. Requisitos de solvencia

Atendiendo a la naturaleza, al objeto y al valor estimado del contrato, se consideran proporcionales y adecuados los siguientes requisitos de solvencia:

- Solvencia técnica o profesional:
  - Acreditación de haber realizado un mínimo de seis (6) trabajos desarrollados en los últimos 3 años en prestaciones similares al objeto contractual del lote al que presente oferta. A efectos de determinar si los trabajos son iguales o similares al objeto contractual, se atenderá a los dos primeros dígitos del código CPV y a la vinculación material con el objeto del contrato del lote al que presente oferta.
  - Se ha considerado necesario valorar la experiencia de las empresas participantes en la realización de trabajos similares al objeto contractual y por importes similares al valor estimado del contrato, según el artículo 90.1.a) de la LCSP.
- Solvencia económica y financiera: De acuerdo con lo que establece el artículo 87 de la LCSP, se han definido los siguientes criterios de solvencia económica:
  - Aportación de cuentas anuales del licitador del mejor ejercicio dentro de los tres últimos disponibles en función de las fechas de constitución o inicio de actividades del empresario y de presentación de las ofertas que acredite un volumen anual de negocio igual o superior a:
    - Lote 1: Estrategia, gestión y elaboración de contenidos para el Área de Marketing: 176.831,50 €, equivalente al importe del PBL anual del lote excluyendo la bolsa de recursos de perfiles expertos.
    - Lote 2: Estrategia, gestión y elaboración de contenidos para el Área de Campañas dentro del Área de Desarrollo Corporativo: 21.581,00 €, equivalente al importe del PBL anual del lote excluyendo la bolsa de recursos de perfiles expertos.

- Estos importes no serán superiores a una vez y media el valor estimado del contrato. Por lo tanto, se respeta el límite previsto en el artículo 87.1.a) de la LCSP y no se limita la concurrencia.
- Alternativamente, la aportación de un resguardo de tener constituido seguro de responsabilidad por riesgos profesionales por valor mínimo de:
  - Lote 1: Estrategia, gestión y elaboración de contenidos para el Área de Marketing: 176.831,50 €, equivalente al importe del PBL anual del lote excluyendo la bolsa de recursos de perfiles expertos.
  - Lote 2: Estrategia, gestión y elaboración de contenidos para el Área de Campañas dentro del Área de Desarrollo Corporativo: 21.581,00 €, equivalente al importe del PBL anual del lote excluyendo la bolsa de recursos de perfiles expertos.
- Este mecanismo alternativo de acreditación de la solvencia económica y financiera está previsto en el artículo 87.b) de la LCSP y resulta totalmente apropiado y proporcional, dada la naturaleza del objeto del contrato y la necesidad de favorecer la concurrencia.

## 11. Clasificación empresarial

- El Contrato no está incluido en la clasificación de ningún grupo o subgrupo vigentes.

## 12. Adscripción de medios personales o materiales

Compromiso de adscribir o destinar a la ejecución del Contrato los medios personales o materiales suficientes:

- Sí, dada la complejidad del contrato y dado que la concreción de medios es determinante. En concreto, se exige la adscripción de los siguientes medios, los cuales se consideran razonables, justificados, proporcionales a la entidad y características del contrato, y no limitativos de la concurrencia:

### **Medios personales (aplicable a ambos lotes):**

Se precisa que la empresa contratista, cuente con el siguiente equipo de trabajo:

- **Project manager:** Perfil sénior responsable de la gestión de la cuenta con el cliente desde una perspectiva logística. Como responsable del proyecto, tiene que coordinar la ejecución de los trabajos y realizar su planificación, así como supervisar y controlar la calidad de las actividades desarrolladas por su equipo y canalizar las comunicaciones, consultas y modificaciones que se produzcan en la ejecución del contrato. Estará en estrecha colaboración con el responsable del contrato dentro de la UOC.
  - Estudios superiores de periodismo, publicidad, marketing o disciplinas relacionadas.
  - Formación superior (Máster o Cursos de Especialización)
  - Al menos 6 años de experiencia en agencia y/o consultora de marketing digital.

- Experiencia en gestión de proyectos y herramientas de gestión y desarrollo de proyectos, incluyendo las herramientas de seguimiento y control de proyectos, repositorios software, sistemas de control de versiones, sistemas de gestión de planes de pruebas y sistemas de gestión de incidencias.
- Experiencia en desarrollo de campañas publicitarias.
- Capacidad de comunicación, de análisis y de organización de equipos.
- **Content manager:** Perfil enfocado en el diseño y la implementación de la estrategia de marketing de contenidos y el análisis de los resultados.
  - Estudios superiores de publicidad, marketing, periodismo o disciplinas relacionadas.
  - Especialización en gestión de contenidos.
  - Más de 6 años de experiencia en agencia y/o consultora digital participando en proyectos de elaboración e implementación de estrategias de marketing de contenidos y gestión de canales digitales.
  - Experiencia en desarrollo de campañas publicitarias y de marketing digital.
  - Experiencia en Google Analytics y/o Adobe Analytics
  - Experiencia en SEO.
  - Habilidades de escritura y edición de contenidos.
  - Capacidad analítica, estratégica, de comunicación y trabajo en equipo.
- **Redactor/a especializado en UX Writing y redacción publicitaria:** Perfil dedicado a la elaboración de los contenidos de los diferentes canales y de los CTA dentro de los mismos.
  - Estudios superiores de publicidad, marketing, periodismo o disciplinas relacionadas.
  - Especialización en redacción publicitaria
  - Más de 4 años de experiencia en agencia/consultora digital participando en proyectos de estrategia de marketing de contenidos.
  - Experiencia en la creación de contenidos digitales con perspectiva SEO y optimización de keywords.
  - Experiencia en el uso de herramientas CMS (Wordpress, openCMS, etc.).
  - Alta capacidad creativa y comunicativa.
- **Diseñador/a:** Perfil responsable de proponer, editar y aportar imágenes y contenido visual de valor para los distintos contenidos.
  - Estudios superiores de diseño gráfico
  - Especialización en diseño UX/UI
  - Más de 4 años de experiencia realizando diseños para canales digitales
  - Experiencia en el uso de herramientas de diseño gráfico y tratamiento multimedia (Pack Adobe)
  - Conocimientos de herramientas CMS (Wordpress, openCMS, etc.).
  - Conocimientos de HTML
  - Alta capacidad creativa y comunicativa.
- **Diseñador/a gráfico especialista en contenido audiovisual:** Perfil encargado del diseño de las infografías, supervisión de imágenes y edición de los vídeos.
  - Estudios de Diseño gráfico
  - Más de 4 años de experiencia realizando diseños para canales digitales
  - Experiencia en el uso de herramientas de diseño gráfico y tratamiento multimedia (Pack Adobe, Final Cut Pro y Figma)

- Conocimientos de herramientas CMS (Wordpress, openCMS, etc.).
  - Conocimiento de HTML.
  - Alta capacidad creativa y comunicativa.
- **Community manager:** Perfil dedicado a la gestión de las redes sociales y al diseño de estrategias que permitan construir e incrementar el engagement de la comunidad online UOC.
    - Estudios superiores de periodismo, publicidad, marketing o disciplinas relacionadas.
    - Especialización en community management.
    - Más de 4 años de experiencia en la coordinación, producción y gestión de contenidos digitales.
    - Experiencia en SEO, analítica web y optimización de keywords.
    - Experiencia en el uso de herramientas CMS (Wordpress, openCMS, etc.) y 2.0 (Hootsuite, TweetDeck, Facebook Ads, Twitter Ads, LinkedIn Ads, etc.).
    - Experiencia en el uso de herramientas de diseño gráfico y tratamiento multimedia.
    - Nivel C1 de catalán.
    - Alta capacidad creativa y comunicativa.
  - **Técnico/a de SEO:** Perfil especializado en el análisis de keywords, el posicionamiento SEO y la elaboración de informes.
    - Especialización SEO.
    - Más de 4 años experiencia en agencia y/o consultora digital participando en proyectos de gestión de contenidos SEO.
    - Experiencia en herramientas de posicionamiento web, analítica web y optimización de keywords.
    - Capacidad de comunicación y trabajo en equipo.
  - **Analista de mercado:** Perfil encargado de realizar el análisis del mercado y la identificación de tendencias.
    - Estudios superiores.
    - Especialización en experiencia de usuario.
    - Más de 4 años de experiencia en agencia/consultora digital participando en proyectos de investigación para marketing de contenidos.
    - Experiencia en testing tanto presencial como con herramientas en remoto.
    - Capacidad de comunicación y trabajo en equipo.

Los perfiles son compatibles y las tareas asociadas podrán ser llevadas a cabo por la misma persona o personas en caso de reunir los conocimientos y experiencia requeridos. En el supuesto de que una empresa se presente a más de 1 lote, deberá comprometerse a asignar un equipo humano integrado por personas diferentes para cada uno de los lotes a los cuales se presente, a excepción de los perfiles de “Analista de mercado” y “Técnico/a de SEO”, que podrán ser los mismos en todos los lotes.

La acreditación de la experiencia requerida en los perfiles anteriormente descritos se realizará mediante una declaración responsable de la empresa licitadora (Anexo 2.1 de este pliego). La entrega de los currículos vitae correspondientes se realizará en la fase de requerimiento de acreditación del cumplimiento de los requisitos previos, en un momento previo a la adjudicación, por los licitadores que hayan sido propuestos como adjudicatarios. No se podrá resultar adjudicatario del contrato si no se acredita la disposición de los medios indicados.

**Medios materiales (aplicable a ambos lotes):**

- Hardware: ordenadores y conexión a Internet.
- Software:
  - Herramientas y programas informáticos de diseño y edición audiovisual necesarios para ofrecer el servicio (Pack Adobe, Final Cut Pro y Figma).
  - Herramientas de gestión SEO: SemRush, Keyword Planner, Moz
  - Herramientas de gestión de redes sociales: Hootsuite
  - Herramientas de gestión de proyectos: Trello
  - Herramientas de seguimiento analítico y creación de dashboards como Data Studio, Power BI o similares.
  - Herramientas online de Google (G. Calendar, G. Meet, G. Drive, G. Analytics)
  - Herramientas básicas de ofimática (Word, Excel, PowerPoint, PDF...)

### 13. Criterios de adjudicación

De conformidad con los artículos 145 y 146 de la LCSP, y atendiendo al objeto del contrato de referencia, se proponen los siguientes criterios de adjudicación con base en la mejor relación calidad-precio, con el fin de obtener un servicio de gran calidad que responda lo mejor posible a las necesidades que se pretenden contratar.

- Criterios de adjudicación evaluables mediante fórmulas

#### Lote 1: Estrategia, gestión y elaboración de contenidos para el Área de Marketing.

Criterios y subcriterios	Distribución de la puntuación	Fórmula/Método de valoración	Justificación
<b>OFERTA ECONÓMICA</b>	<b>TOTAL 52 puntos</b>		
Definición y desarrollo de la estrategia de marketing de contenidos.	20 puntos	Se otorgará la máxima puntuación a la oferta más económica y, al resto de licitadores, proporcionalmente según la siguiente fórmula: $\text{Puntuación} = 20 \times \frac{\text{Precio ofertado más económico}}{\text{Precio oferta a valorar}}$	Es necesario establecer este criterio en observación del principio de utilización racional de los recursos.
Blog: Artículo de 1.600 palabras.	1 punto	Se otorgará la máxima puntuación a la oferta más económica y, al resto de licitadores, proporcionalmente según la siguiente fórmula: $\text{Puntuación} = 1 \times \frac{\text{Precio ofertado más económico}}{\text{Precio oferta a valorar}}$	
Blog: Artículo de 1.000 palabras.	1 punto	Se otorgará la máxima puntuación a la oferta más económica y, al resto de licitadores, proporcionalmente según la siguiente fórmula: $\text{Puntuación} = 1 \times \frac{\text{Precio ofertado más económico}}{\text{Precio oferta a valorar}}$	
Blog: Artículo de 500 palabras.	1 punto	Se otorgará la máxima puntuación a la oferta más económica y, al resto de licitadores, proporcionalmente según la siguiente fórmula: $\text{Puntuación} = 1 \times \frac{\text{Precio ofertado más económico}}{\text{Precio oferta a valorar}}$	

Blog: Artículo de 300 palabras.	1 punto	Se otorgará la máxima puntuación a la oferta más económica y, al resto de licitadores, proporcionalmente según la siguiente fórmula: $\text{Puntuación} = 1 \times \frac{\text{Precio ofertado más económico}}{\text{Precio oferta a valorar}}$
Directorio: Artículo de 500 palabras	1 punto	Se otorgará la máxima puntuación a la oferta más económica y, al resto de licitadores, proporcionalmente según la siguiente fórmula: $\text{Puntuación} = 1 \times \frac{\text{Precio ofertado más económico}}{\text{Precio oferta a valorar}}$
Prensa: Artículo de 900 palabras	1 punto	Se otorgará la máxima puntuación a la oferta más económica y, al resto de licitadores, proporcionalmente según la siguiente fórmula: $\text{Puntuación} = 1 \times \frac{\text{Precio ofertado más económico}}{\text{Precio oferta a valorar}}$
Prensa: Artículo de 400 palabras	1 punto	Se otorgará la máxima puntuación a la oferta más económica y, al resto de licitadores, proporcionalmente según la siguiente fórmula: $\text{Puntuación} = 1 \times \frac{\text{Precio ofertado más económico}}{\text{Precio oferta a valorar}}$
Redes sociales: Post para los perfiles de redes sociales	1 punto	Se otorgará la máxima puntuación a la oferta más económica y, al resto de licitadores, proporcionalmente según la siguiente fórmula: $\text{Puntuación} = 1 \times \frac{\text{Precio ofertado más económico}}{\text{Precio oferta a valorar}}$
Email: Texto para email de entre 201 y 300 palabras	0,75 puntos	Se otorgará la máxima puntuación a la oferta más económica y, al resto de licitadores, proporcionalmente según la siguiente fórmula: $\text{Puntuación} = 0,75 \times \frac{\text{Precio ofertado más económico}}{\text{Precio oferta a valorar}}$
Email: Texto para email de entre 100 y 200 palabras	0,75 puntos	Se otorgará la máxima puntuación a la oferta más económica y, al resto de licitadores, proporcionalmente según la siguiente fórmula: $\text{Puntuación} = 0,75 \times \frac{\text{Precio ofertado más económico}}{\text{Precio oferta a valorar}}$
Folletos: Textos para los folletos de entre 100 y 200 palabras	0,5 puntos	Se otorgará la máxima puntuación a la oferta más económica y, al resto de licitadores, proporcionalmente según la siguiente fórmula: $\text{Puntuación} = 0,5 \times \frac{\text{Precio ofertado más económico}}{\text{Precio oferta a valorar}}$
Folletos: Textos para los folletos de entre 50 y 99 palabras	0,5 puntos	Se otorgará la máxima puntuación a la oferta más económica y, al resto de licitadores, proporcionalmente según la siguiente fórmula: $\text{Puntuación} = 0,5 \times \frac{\text{Precio ofertado más económico}}{\text{Precio oferta a valorar}}$
Página web: Redacción de contenidos web de 1.000 palabras	0,75 puntos	Se otorgará la máxima puntuación a la oferta más económica y, al resto de licitadores, proporcionalmente según la siguiente fórmula:

		<p><i>Puntuación</i></p> $= 0,75 x \frac{\text{Precio ofertado más económico}}{\text{Precio oferta a valorar}}$
Página web: Redacción de contenidos web de 600 palabras	0,75 puntos	<p>Se otorgará la máxima puntuación a la oferta más económica y, al resto de licitadores, proporcionalmente según la siguiente fórmula:</p> <p><i>Puntuación</i></p> $= 0,75 x \frac{\text{Precio ofertado más económico}}{\text{Precio oferta a valorar}}$
Página web: Redacción de contenidos web de 300 palabras	0,75 puntos	<p>Se otorgará la máxima puntuación a la oferta más económica y, al resto de licitadores, proporcionalmente según la siguiente fórmula:</p> <p><i>Puntuación</i></p> $= 0,75 x \frac{\text{Precio ofertado más económico}}{\text{Precio oferta a valorar}}$
Página web: Redacción de contenidos web de 150 palabras	0,5 puntos	<p>Se otorgará la máxima puntuación a la oferta más económica y, al resto de licitadores, proporcionalmente según la siguiente fórmula:</p> <p><i>Puntuación</i></p> $= 0,5 x \frac{\text{Precio ofertado más económico}}{\text{Precio oferta a valorar}}$
Página web: Redacción de contenidos web de 75 palabras	0,5 puntos	<p>Se otorgará la máxima puntuación a la oferta más económica y, al resto de licitadores, proporcionalmente según la siguiente fórmula:</p> <p><i>Puntuación</i></p> $= 0,5 x \frac{\text{Precio ofertado más económico}}{\text{Precio oferta a valorar}}$
Página web: Redacción de contenidos web de 30 palabras	0,5 puntos	<p>Se otorgará la máxima puntuación a la oferta más económica y, al resto de licitadores, proporcionalmente según la siguiente fórmula:</p> <p><i>Puntuación</i></p> $= 0,5 x \frac{\text{Precio ofertado más económico}}{\text{Precio oferta a valorar}}$
Página web: Redacción de claims comerciales de 75 palabras	0,5 puntos	<p>Se otorgará la máxima puntuación a la oferta más económica y, al resto de licitadores, proporcionalmente según la siguiente fórmula:</p> <p><i>Puntuación</i></p> $= 0,5 x \frac{\text{Precio ofertado más económico}}{\text{Precio oferta a valorar}}$
Edición de contenidos web ya existentes de 300 palabras	0,5 puntos	<p>Se otorgará la máxima puntuación a la oferta más económica y, al resto de licitadores, proporcionalmente según la siguiente fórmula:</p> <p><i>Puntuación</i></p> $= 0,5 x \frac{\text{Precio ofertado más económico}}{\text{Precio oferta a valorar}}$
Edición de contenidos web ya existentes de 150 palabras	0,5 puntos	<p>Se otorgará la máxima puntuación a la oferta más económica y, al resto de licitadores, proporcionalmente según la siguiente fórmula:</p> <p><i>Puntuación</i></p> $= 0,5 x \frac{\text{Precio ofertado más económico}}{\text{Precio oferta a valorar}}$
Edición de contenidos web ya existentes de 75 palabras	0,5 puntos	<p>Se otorgará la máxima puntuación a la oferta más económica y, al resto de licitadores, proporcionalmente según la siguiente fórmula:</p> <p><i>Puntuación</i></p> $= 0,5 x \frac{\text{Precio ofertado más económico}}{\text{Precio oferta a valorar}}$

Infografía estática pequeñas dimensiones en dos idiomas (elaboración de contenidos, diseño y maquetación)	1 punto	Se otorgará la máxima puntuación a la oferta más económica y, al resto de licitadores, proporcionalmente según la siguiente fórmula: $\text{Puntuación} = 1 \times \frac{\text{Precio ofertado más económico}}{\text{Precio oferta a valorar}}$
Infografía estática grandes dimensiones en dos idiomas (elaboración de contenidos, diseño y maquetación)	1,5 puntos	Se otorgará la máxima puntuación a la oferta más económica y, al resto de licitadores, proporcionalmente según la siguiente fórmula: $\text{Puntuación} = 1,5 \times \frac{\text{Precio ofertado más económico}}{\text{Precio oferta a valorar}}$
Infografía animada en dos idiomas (elaboración del guión, desarrollo del storyboard, diseño y animación de la ilustración, locución y compra de música, con derechos de imagen, música y voz por tres años, si fuera el caso). El video será subtitulado en idioma	1,5 puntos	Se otorgará la máxima puntuación a la oferta más económica y, al resto de licitadores, proporcionalmente según la siguiente fórmula: $\text{Puntuación} = 1,5 \times \frac{\text{Precio ofertado más económico}}{\text{Precio oferta a valorar}}$
Libro digital de hasta 20 páginas (elaboración del contenido, diseño y maquetación)	2,5 puntos	Se otorgará la máxima puntuación a la oferta más económica y, al resto de licitadores, proporcionalmente según la siguiente fórmula: $\text{Puntuación} = 2,5 \times \frac{\text{Precio ofertado más económico}}{\text{Precio oferta a valorar}}$
Video de motion graphics de hasta 60 segundos en dos idiomas (creación del contenido, elaboración del guión, montaje, música de stock y locución con derechos por tres años, si fuera el caso). El video será subtitulado en cada idioma.	2,5 puntos	Se otorgará la máxima puntuación a la oferta más económica y, al resto de licitadores, proporcionalmente según la siguiente fórmula: $\text{Puntuación} = 2,5 \times \frac{\text{Precio ofertado más económico}}{\text{Precio oferta a valorar}}$
Video promocional de contenidos de entre 15 y 60 segundos con rodaje en dos idiomas (rodaje, elaboración del guión, montaje, música de stock y locución con derechos por tres años, si fuera el caso). El video será subtitulado en cada idioma.	3 puntos	Se otorgará la máxima puntuación a la oferta más económica y, al resto de licitadores, proporcionalmente según la siguiente fórmula: $\text{Puntuación} = 3 \times \frac{\text{Precio ofertado más económico}}{\text{Precio oferta a valorar}}$
Video promocional de contenidos de entre 15 y 60 segundos con imágenes de stock en dos idiomas (selección del contenido, elaboración del guión, montaje, música de stock y locución con derechos por tres años, si fuera el caso). El video será subtitulado en cada idioma.	2 puntos	Se otorgará la máxima puntuación a la oferta más económica y, al resto de licitadores, proporcionalmente según la siguiente fórmula: $\text{Puntuación} = 2 \times \frac{\text{Precio ofertado más económico}}{\text{Precio oferta a valorar}}$
Adaptaciones de vídeos de marketing de contenidos	0,75 puntos	Se otorgará la máxima puntuación a la oferta más económica y, al resto de licitadores, proporcionalmente según la siguiente fórmula: $\text{Puntuación} = 0,75 \times \frac{\text{Precio ofertado más económico}}{\text{Precio oferta a valorar}}$
Conceptualización y desarrollo de storyboard y guion de contenidos para productos audiovisuales. independientes (quedan excluidos los	1 punto	Se otorgará la máxima puntuación a la oferta más económica y, al resto de licitadores, proporcionalmente según la siguiente fórmula:

productos audiovisuales recogidos en esta tabla)		$Puntuación = 1 \times \frac{\text{Precio ofertado más económico}}{\text{Precio oferta a valorar}}$	
--	--	---	--

Criterios y subcriterios		Distribución de puntuación TOTAL 48 puntos	Fórmula/Método de valoración	Justificación
<b>CRITERIOS AUTOMÁTICOS</b>				
<b>Realización por parte del perfil "Content Manager" el diseño y/o la implementación de estrategias de marketing de contenidos en el sector educativo superior en los tres (3) últimos años.</b>	Oferta y acredita que el perfil "Content Manager" ha realizado cuatro (4) o más estrategia de marketing de contenidos para el sector educativo superior en los últimos tres (3) años	16 puntos	Si acredita por alguna de las vías previstas en el PCP.	Se valora favorablemente, sin que resulte excluyente, que este perfil disponga de experiencia acreditada el diseño y/o la implementación de estrategias de marketing de contenidos en el sector educativo dado que se trata de un sector muy específico en lo referente a diversas cuestiones como pueden ser la variedad de programas y niveles formativos, métodos de aprendizaje / enseñanza, la existencia de públicos muy diversos (operadores de distinto origen, estudiantes, empresas, instituciones públicas,...), así como la continua aparición de nuevas tendencias y transformaciones en el sector. En este sentido, dicha experiencia revertirá en una mayor calidad del servicio.
	Oferta y acredita que el perfil "Content Manager" ha realizado tres (3) estrategias de marketing de contenidos para el sector educativo superior en los últimos tres (3) años	12 puntos	Si acredita por alguna de las vías previstas en el PCP.	
	Oferta y acredita que el perfil "Content Manager" ha realizado dos (2) estrategias de marketing de contenidos para el sector educativo superior en los últimos tres (3) años	8 puntos	Si acredita por alguna de las vías previstas en el PCP.	
	Oferta y acredita que el perfil "Content Manager" ha realizado una (1) estrategia de marketing de contenidos para el sector educativo superior en los últimos tres (3) años	4 puntos	Si acredita por alguna de las vías previstas en el PCP.	
	Responde NO o si respondiendo SI no lo acredita.	0 puntos	Si se responde NO o si se responde SÍ pero no se acredita el criterio por las vías indicadas anteriormente	
Oferta la aportación de una bolsa de horas anuales de formación específica en marketing de contenidos para el personal de la UOC, con un máximo de 30 horas anuales.		12 puntos	Marca la opción: oferta una bolsa de 30 horas de formación específica en marketing de contenidos para el personal de la UOC.	Fomenta la mejora de la ejecución de parte del objeto del contrato, puesto que la experiencia, capacitación y formación continua y especializada del personal de la UOC que gestiona las materias relacionadas con este contrato es fundamental para la ejecución del servicio.
		10 puntos	Marca la opción: oferta una bolsa de 25 horas de formación específica en marketing de contenidos para el personal de la UOC.	
		8 puntos	Marca la opción: oferta una bolsa de 20 horas de formación específica en marketing de contenidos para el personal de la UOC.	

		6 puntos	Marca la opción: oferta una bolsa de 15 horas de formación específica en marketing de contenidos para el personal de la UOC.	
		4 puntos	Marca la opción: oferta una bolsa de 10 horas de formación específica en marketing de contenidos para el personal de la UOC.	
		2 puntos	Marca la opción: oferta una bolsa de 5 horas de formación específica en marketing de contenidos para el personal de la UOC.	
		0 puntos	Marca la opción: NO se aporta la bolsa de horas de formación.	
		6 puntos	Se responde SÍ.	Se valora favorablemente, sin que resulte excluyente, que el contratista sea capaz de aportar los contenidos en inglés, dado que supone una mejora en el diseño y desarrollo de la estrategia objetivo de este servicio.
		0 puntos	Se responde NO.	
	Oferta proporcionar aquellos contenidos que se soliciten, de entre los incluidos en el punto 3.1.2 del PPT, en inglés.	6 puntos	Se responde SÍ.	Se valora favorablemente, sin que resulte excluyente, que el contratista aporte un perfil dedicado a la medición y análisis de datos y realización de informes.
		0 puntos	Se responde NO.	
Oferta la ampliación de los recursos personales asignados a la ejecución del servicio, por encima de lo recogido en el apartado 4.2. "Equipo necesario para el desarrollo del servicio", del PPT.	<p>Oferta y acredita el perfil <b>Analista de datos:</b> Perfil dedicado a la medición y análisis de los datos y la realización de informes.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Estudios superiores en la rama científico/tecnológica</li> <li>Experiencia en análisis de datos de marketing digital, incluyendo campañas de redes sociales, email marketing, publicidad en línea, SEO, entre otros.</li> <li>Conocimientos sólidos en herramientas y técnicas de análisis de datos. Esto incluye experiencia avanzada en el uso de herramientas de SQL, Python o R. Conocimientos de herramientas de Business Intelligence como Power BI,</li> </ul>	8 puntos	Se responde SÍ se amplia y se acredita correctamente el criterio por las vías indicadas en el PCP	Se valora favorablemente, sin que resulte excluyente, que el contratista aporte un perfil dedicado a la medición y análisis de datos y realización de informes de seguimiento, dado que dota al servicio de mayor estabilidad. Adicionalmente, el incremento del número de profesionales permite una mejor distribución de las tareas y confiere una mayor garantía en el cumplimiento de los niveles de servicio previstos en el pliego de Prescripciones técnicas. Todo lo anterior revierte en una mayor calidad del servicio.
		0 puntos	Se responde NO o si se responde SÍ pero no se acredita el criterio por las vías indicadas en el PCP.	

	<p>Tableau, Qlik, o similares.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Capacidad para comunicar de manera efectiva los resultados de análisis a diferentes audiencias</li> <li>• Manejo avanzado de Excel</li> </ul>			
<p>Oferta compromiso de aportar boletines informativos mensuales que incluyan novedades de las materias relacionadas con el contrato. En dicha comunicación se añadirá una pequeña recopilación de recomendaciones específica para la UOC en aquellos elementos que pueda detectar que sean de materias de interés.</p>	6 puntos	Se responde, SI se proporciona	<p>Fomenta la mejora de la ejecución de parte del objeto del contrato, puesto que la experiencia, capacitación y formación continua y especializada del personal de la UOC que gestiona las materias relacionadas con este contrato es fundamental para la ejecución y la calidad del servicio</p>	
	0 puntos	Se responde, NO se proporciona		

**Lote 2: Estrategia, gestión y elaboración de contenidos para el Área de Campañas dentro del Área de Desarrollo Corporativo.**

Criterios y subcriterios	Distribución de la puntuación	Fórmula/Método de valoración	Justificación
<b>OFERTA ECONÓMICA</b>	<b>TOTAL 52 puntos</b>		
Definición y desarrollo de la estrategia de marketing de contenidos.	30 puntos	<p>Se otorgará la máxima puntuación a la oferta más económica y, al resto de licitadores, proporcionalmente según la siguiente fórmula:</p> $Puntuación = 30 \times \frac{Precio\ ofertado\ más\ económico}{Precio\ oferta\ a\ valorar}$	<p>Es necesario establecer este criterio en observación del principio de utilización racional de los recursos.</p>
Redes sociales: Artículo de 1.000 palabras	4 puntos	<p>Se otorgará la máxima puntuación a la oferta más económica y, al resto de licitadores, proporcionalmente según la siguiente fórmula:</p> $Puntuación = 4 \times \frac{Precio\ ofertado\ más\ económico}{Precio\ oferta\ a\ valorar}$	

Redes sociales: Artículo de 1.600 palabras	4 puntos	Se otorgará la máxima puntuación a la oferta más económica y, al resto de licitadores, proporcionalmente según la siguiente fórmula: $Puntuación = 4 \times \frac{\text{Precio ofertado más económico}}{\text{Precio oferta a valorar}}$
Página web: Redacción de contenidos web de hasta 300 palabras	3 puntos	Se otorgará la máxima puntuación a la oferta más económica y, al resto de licitadores, proporcionalmente según la siguiente fórmula: $Puntuación = 3 \times \frac{\text{Precio ofertado más económico}}{\text{Precio oferta a valorar}}$
Página web: Redacción de contenidos web de hasta 150 palabras	2 puntos	Se otorgará la máxima puntuación a la oferta más económica y, al resto de licitadores, proporcionalmente según la siguiente fórmula: $Puntuación = 2 \times \frac{\text{Precio ofertado más económico}}{\text{Precio oferta a valorar}}$
Textos y gráficos para contenido gráfico (infografía, video...)	3 puntos	Se otorgará la máxima puntuación a la oferta más económica y, al resto de licitadores, proporcionalmente según la siguiente fórmula: $Puntuación = 3 \times \frac{\text{Precio ofertado más económico}}{\text{Precio oferta a valorar}}$
Texto para email de hasta 200 palabras	2 puntos	Se otorgará la máxima puntuación a la oferta más económica y, al resto de licitadores, proporcionalmente según la siguiente fórmula: $Puntuación = 2 \times \frac{\text{Precio ofertado más económico}}{\text{Precio oferta a valorar}}$
Infografía estática pequeñas dimensiones (elaboración de contenidos, diseño y maquetación)	4 puntos	Se otorgará la máxima puntuación a la oferta más económica y, al resto de licitadores, proporcionalmente según la siguiente fórmula: $Puntuación = 4 \times \frac{\text{Precio ofertado más económico}}{\text{Precio oferta a valorar}}$

Criterios y subcriterios		Distribución de puntuación TOTAL 48 puntos	Fórmula/Método de valoración	Justificación
<b>CRITERIOS AUTOMÁTICOS</b>				
<b>Realización por parte del perfil "Content Manager" el</b>	Oferta y acredita que el perfil "Content Manager" ha realizado cuatro (4) o más estrategia de marketing de contenidos	16 puntos	Si acredita por alguna de las vías previstas en el PCP.	Se valora favorablemente, sin que resulte excluyente, que este perfil disponga de experiencia acreditada

<b>diseño y/o la implementación de estrategias de marketing de contenidos en el sector educativo superior en los tres (3) últimos años.</b>	para el sector educativo superior en los últimos tres (3) años			el diseño y/o la implementación de estrategias de marketing de contenidos en el sector educativo dado que se trata de un sector muy específico en lo referente a diversas cuestiones como pueden ser la variedad de programas y niveles formativos, métodos de aprendizaje / enseñanza, la existencia de públicos muy diversos (operadores de distinto origen, estudiantes, empresas, instituciones públicas,...), así como la continua aparición de nuevas tendencias y transformaciones en el sector. En este sentido, dicha experiencia revertirá en una mayor calidad del servicio.
	Oferta y acredita que el perfil "Content Manager" ha realizado tres (3) estrategias de marketing de contenidos para el sector educativo superior en los últimos tres (3) años	12 puntos	Si acredita por alguna de las vías previstas en el PCP.	
	Oferta y acredita que el perfil "Content Manager" ha realizado dos (2) estrategias de marketing de contenidos para el sector educativo superior en los últimos tres (3) años	8 puntos	Si acredita por alguna de las vías previstas en el PCP.	
	Oferta y acredita que el perfil "Content Manager" ha realizado una (1) estrategia de marketing de contenidos para el sector educativo superior en los últimos tres (3) años	4 puntos	Si acredita por alguna de las vías previstas en el PCP.	
	Responde NO o si respondiendo SI no lo acredita.	0 puntos	Si se responde NO o si se responde SÍ pero no se acredita el criterio por las vías indicadas anteriormente	
Oferta la aportación de una bolsa de horas anuales de formación específica en marketing de contenidos para el personal de la UOC, con un máximo de 30 horas anuales.		12 puntos	Marca la opción: oferta una bolsa de 30 horas de formación específica en marketing de contenidos para el personal de la UOC.	Fomenta la mejora de la ejecución de parte del objeto del contrato, puesto que la experiencia, capacitación y formación continua y especializada del personal de la UOC que gestiona las materias relacionadas con este contrato es fundamental para la ejecución del servicio.
		10 puntos	Marca la opción: oferta una bolsa de 25 horas de formación específica en marketing de contenidos para el personal de la UOC.	
		8 puntos	Marca la opción: oferta una bolsa de 20 horas de formación específica en marketing de contenidos para el personal de la UOC.	
		6 puntos	Marca la opción: oferta una bolsa de 15 horas de formación específica en marketing de contenidos para el personal de la UOC.	
		4 puntos	Marca la opción: oferta una bolsa de 10 horas de formación específica en marketing de contenidos para el personal de la UOC.	
		2 puntos	Marca la opción: oferta una bolsa de 5 horas de formación específica en marketing de	

		contenidos para el personal de la UOC.		
	0 puntos	Marca la opción: NO se aporta la bolsa de horas de formación.		
Oferta proporcionar aquellos contenidos que se soliciten, de entre los incluidos en el punto 3.1.2 del PPT, en inglés.	6 puntos	Se responde Sí.	Se valora favorablemente, sin que resulte excluyente, que el contratista sea capaz de aportar los contenidos en inglés, dado que supone una mejora en el diseño y desarrollo de la estrategia objetivo de este servicio.	
	0 puntos	Se responde NO.		
Oferta la ampliación de los recursos personales asignados a la ejecución del servicio, por encima de los recogido en el apartado 4.2. "Equipo necesario para el desarrollo del servicio", del PPT.	<p>Oferta y acredita el perfil <b>Analista de datos:</b> Perfil dedicado a la medición y análisis de los datos y la realización de informes.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Estudios superiores en la rama científico/tecnológica</li> <li>Experiencia en análisis de datos de marketing digital, incluyendo campañas de redes sociales, email marketing, publicidad en línea, SEO, entre otros.</li> <li>Conocimientos sólidos en herramientas y técnicas de análisis de datos. Esto incluye experiencia avanzada en el uso de herramientas de SQL, Python o R. Conocimientos de herramientas de Business Intelligence como Power BI, Tableau, Qlik, o similares.</li> <li>Capacidad para comunicar de manera efectiva los resultados de análisis a diferentes audiencias</li> <li>Manejo avanzado de Excel</li> </ul>	8 puntos	Se responde Sí se amplía y se acredita correctamente el criterio por las vías indicadas en el PCP	Se valora favorablemente, sin que resulte excluyente, que el contratista aporte un perfil dedicado a la medición y análisis de datos y realización de informes de seguimiento, dado que dota al servicio de mayor estabilidad. Adicionalmente, el incremento del número de profesionales permite una mejor distribución de las tareas y confiere una mayor garantía en el cumplimiento de los niveles de servicio previstos en el pliego de prescripciones técnicas. Todo lo anterior revierte en una mayor calidad del servicio.
		0 puntos	Se responde NO o si se responde Sí pero no se acredita el criterio por las vías indicadas en el PCP	

Oferta compromiso de aportar boletines informativos mensuales que incluyan novedades de las materias relacionadas con el contrato. En dicha comunicación se añadirá una pequeña recopilación de recomendaciones específica para la UOC en aquellos elementos que pueda detectar que sean de materias de interés.	6 puntos	Se responde, SI se proporciona	Fomenta la mejora de la ejecución de parte del objeto del contrato, puesto que la experiencia, capacitación y formación continua y especializada del personal de la UOC que gestiona las materias relacionadas con este contrato es fundamental para la ejecución y la calidad del servicio
	0 puntos	Se responde, NO se proporciona	

De conformidad con el artículo 146.2 de la LCSP, para la evaluación de las ofertas conforme a criterios cuantificables mediante la mera aplicación de fórmulas, se utilizarán las siguientes:

○ 
$$\text{Puntuación} = \text{Puntuación máxima del criterio} \times \frac{\text{Precio unitario oferta más económica}}{\text{Precio unitario oferta a valorar}}$$

Las fórmulas utilizadas dan la máxima puntuación a la oferta más ventajosa y la menor puntuación a la oferta menos ventajosa respecto a cada uno de los precios previstos.

En la medida en que se ha previsto más de un criterio de adjudicación, se da cumplimiento a lo dispuesto en el artículo 145.3 de la LCSP.

Asimismo, se da cumplimiento al artículo 146.2 de la LCSP, según el cual "*cuando se utilicen una pluralidad de criterios de adjudicación, en su determinación, siempre y cuando sea posible, se dará preponderancia a aquellos que hagan referencia a características del objeto del contrato que puedan valorarse mediante cifras o porcentajes obtenidos a través de la mera aplicación de las fórmulas establecidas en los pliegos*".

Por último, son criterios de adjudicación vinculados al objeto del contrato y se han fijado de forma objetiva y respetando los principios de igualdad, no discriminación, transparencia y proporcionalidad, permitiendo que las ofertas puedan ser evaluadas en condiciones de competencia efectiva, tal y como exige el artículo 145.5 de la LCSP.

#### 14. Condiciones especiales de ejecución

De conformidad con el artículo 202 de la LCSP, se considera oportuno establecer, en el Pliego de Cláusulas Particulares, las condiciones especiales de ejecución que se enumeran a continuación:

- **De carácter social (i):** mantenimiento de las condiciones laborales de las personas que ejecutan el Contrato durante todo el periodo contractual. La empresa contratista debe mantener, durante la vigencia del Contrato, las condiciones laborales y sociales de las personas trabajadoras ocupadas en la ejecución del Contrato, fijadas en el momento de presentar la oferta, según el convenio que sea de aplicación.

El responsable del Contrato podrá requerir a la empresa contratista que declare formalmente que ha cumplido con la obligación. Asimismo, el responsable del Contrato o el órgano de contratación podrán requerir a los órganos de representación de las personas trabajadoras que informen al respecto.

- **De carácter social (ii):** La empresa contratista, en la elaboración y presentación del objeto del Contrato, debe incorporar la perspectiva de género y evitar los elementos de discriminación sexista en el uso del lenguaje. Asimismo, debe obligarse al cumplimiento de las cláusulas 28 y 34 del Pliego de Cláusulas Particulares.
- **En materia de protección de datos:** cumplir las obligaciones establecidas en la normativa estatal y de la Unión Europea respecto al tratamiento de datos de carácter personal, en todo momento de la duración del Contrato, atendiendo a la normativa en vigor en cada momento, y cumplir aquellas previstas en la cláusula 38 y el Anexo número 11 del presente Pliego. Esta condición especial de ejecución tiene el carácter de obligación contractual esencial a efectos de lo dispuesto en el artículo 211 de la LCSP.
- **Condiciones especiales relativas a seguros de responsabilidad civil:**
  - Sí. Se requiere al contratista que disponga o, en su caso, se comprometa a contratar un seguro de responsabilidad civil por el valor y con el sublímite mínimo por siniestro/víctima que se indica a continuación:
    - Lote 1: Estrategia, gestión y elaboración de contenidos para el Área de Marketing: 353.663 euros (importe correspondiente al VEC sin contemplar el importe destinado a la bolsa)
    - Lote 2: Estrategia, gestión y elaboración de contenidos para el Área de Campañas dentro del Área de Desarrollo Corporativo: 43.162 euros (importe correspondiente al VEC sin contemplar el importe destinado a la bolsa)

Estas condiciones se encuentran vinculadas al objeto del contrato, en el sentido del artículo 145 de la LCSP, no son discriminatorias ni directa ni indirectamente y son compatibles con el Derecho de la Unión Europea.

Adicionalmente, se ha dado cumplimiento a las previsiones contenidas en el segundo y tercer apartado del artículo 202.1 de la LCSP, dado que se han previsto, al menos, una de las condiciones relacionadas con la innovación, de tipo medioambiental o de tipo social de las previstas en el artículo 202.2 de la LCSP, y se prevé una condición de ejecución que hace referencia a la obligación del contratista de someterse a la normativa nacional y europea en materia de protección de datos.

## 15. Subcontratación

En cuanto a la subcontratación, es de aplicación lo previsto en el artículo 215 de la LCSP, cuyo tenor literal es el siguiente:

*"El contratista podrá concertar con terceros la realización parcial de la prestación con sujeción a lo dispuesto en los pliegos, salvo que, conforme a lo establecido en las letras d) e i) del apartado 2.º de este artículo, la prestación o parte de la misma deba ser ejecutada directamente por el primero (...).*

*i) De conformidad con lo establecido en el apartado 4 del artículo 75, en los contratos de obras, los contratos de servicios o los servicios o trabajos de colocación o instalación en*

*el contexto de un contrato de suministro, los órganos de contratación podrán establecer en los pliegos que determinadas tareas críticas no puedan ser objeto de subcontratación, y deban ser ejecutadas directamente por el contratista principal. La determinación de las labores críticas deberá ser objeto de justificación en el expediente de contratación".*

En el caso que nos ocupa, la prohibición de subcontratar las prestaciones que se describirán a continuación se encuentra justificada, por un lado, porque se trata de prestaciones críticas que deben ser ejecutadas por el propio contratista y, por el otro, por la trascendencia que estas tareas suponen en la organización interna de la UOC.

Las prestaciones críticas que, consecuentemente, no pueden subcontratarse, son:

- En relación con todos los lotes, la interlocución con la UOC (tarea asignada al Project manager, tal y como se indica en el PPT, apartado 4.2).
- En relación al lote 1, todas las tareas incluidas en el apartado 3.1.1. del PPT.
- En relación al lote 2, todas las tareas incluidas en el apartado 3.2.1. del PPT.

Por lo que respecta al carácter crítico de dichas prestaciones, la prohibición de subcontratar se fundamenta en la propia naturaleza de la prestación objeto del contrato. En este caso:

- En relación con todos los lotes, la limitación en la subcontratación de la tarea de interlocución con la UOC tiene como finalidad mantener un nivel de pericia y calidad en la prestación del servicio que permita una continua comunicación con el equipo del contratista, con el fin de garantizar un servicio eficiente o dar cobertura rápida a las incidencias que puedan producirse durante la ejecución del contrato.
- En relación al lote 1, la limitación en la subcontratación se fundamenta en la criticidad de las tareas incluidas en el apartado 3.1.1 del PPT para la definición y el desarrollo de la estrategia de marketing de contenidos del Área de Marketing de la UOC. Para mantener los necesarios estándares de calidad en el diseño y la ejecución de dicha estrategia y la imprescindible visión transversal y control durante todo el proceso, es fundamental que estas tareas sean ejecutadas por la empresa contratista y no por una empresa subcontratada.
- En relación al lote 2, la limitación en la subcontratación se fundamenta en la criticidad de las tareas incluidas en el apartado 3.2.1 del PPT para la definición y el desarrollo de la estrategia de marketing de contenidos del Área de Campañas dentro del Área de Desarrollo Corporativo de la UOC. Para mantener los necesarios estándares de calidad en el diseño y la ejecución de dicha estrategia y la imprescindible visión transversal y control durante todo el proceso, es fundamental que estas tareas sean ejecutadas por la empresa contratista y no por una empresa subcontratada.

En definitiva, y por las razones expuestas, la eventual subcontratación de las tareas críticas definidas con anterioridad pondría en riesgo el correcto desarrollo del objeto del presente contrato y cualquier deficiencia en la prestación dificultaría enormemente el normal funcionamiento de la UOC, causando un perjuicio generalizado de difícil corrección.

## 16. Garantías

### Garantía provisional

No resulta procedente exigir la constitución de garantía provisional para participar en el procedimiento de licitación.

### **Garantía definitiva**

Resulta procedente exigir la constitución de garantía definitiva por parte del licitador propuesto adjudicatario, de conformidad con lo previsto en el artículo 107.1 de la LCSP.

**Importe:** 5 % del precio final ofrecido por el adjudicatario, IVA excluido (si el precio del Contrato se formula en función de precios unitarios, el importe se fija atendiendo al presupuesto base de licitación, IVA excluido).

Firma,

Silvia Soler Garcia  
Directora del Área de Marketing