

**Àrea:** Alianzas, Comunidad y Equidad

**Expediente:** OSE00023/2024

**Tipo de procedimiento:** Abierto simplificado abreviado

**Objeto:** Servicio de planificación, gestión y ejecución de la planificación y pago de los consumos del Search Engine Marketing (SEM) en el mercado internacional (LATAM) de la Universitat Oberta de Catalunya

**Asunto:** Memoria justificativa

## Memoria justificativa del contrato

### 1. Necesidades a satisfacer

La Directora del Área de Alianzas, Comunidad y Equidad detectó la necesidad de realizar la contratación de referencia, 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 del artículo 159.6 de la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público ("LCSP"), el procedimiento de adjudicación adecuado es el abierto simplificado abreviado.

#### 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 y su importe, no está sujeto a regulación armonizada.

#### Tramitación

Ordinaria.

### 3. Objeto del contrato

El objeto de la presente contratación consiste en la provisión del servicio de planificación, gestión y ejecución de la planificación y pago de los consumos del Search Engine Marketing (SEM) en el mercado internacional (LATAM) de la UOC 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 habiéndose constatado que la UOC no dispone de los medios personales y materiales necesarios para su prestación directamente, se estima conveniente que se proceda a la contratación de este servicio, mediante el procedimiento anteriormente referido, para que sea prestado 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 UOC no cuenta con expertos en el canal SEM. La plataforma publicitaria es propiedad del buscador por lo tanto debe contratarse externamente. Adicionalmente, la entidad cuenta con una plantilla con una carga de trabajos que hacen materialmente imposible que puedan asumir otras tareas. Además, el servicio requiere de un grado de especialización y disponibilidad para la ejecución de las campañas en SEM que no dispone la plantilla de la UOC:

- La entidad no cuenta con los medios materiales apropiados para dar cumplimiento al objeto del contrato (buscador GOOGLE ADS).
- Tampoco es capaz de realizar desarrollos tecnológicos personalizados de una forma ágil para adaptarse a un entorno tan cambiante como es la plataforma del buscador, ni tampoco desarrollar integraciones personalizadas con nuestro CRM.
- No se dispone de plataforma publicitaria propia, ya que éstas pertenecen al propio buscador (Google). Por lo tanto, se requiere de un partner (proveedor) especializado en esta disciplina, que esté al día de las últimas tendencias, algoritmos y estrategias, con el fin de gestionar la complejidad del canal y optimizar campañas de la UOC.
- La entidad tampoco tiene acceso a los beneficios ni primicias que la plataforma ofrece en exclusiva a las agencias, como nuevos formatos de campaña, segmentaciones, etc. Al trabajar con una agencia, la entidad puede aplicar desde el primer día estos beneficios, lo que nos da una posición privilegiada vs nuestros competidores.

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

## 5. División en lotes

En base a lo dispuesto en el artículo 99.3 de la LCSP, debe entenderse que el objeto del contrato no puede dividirse en lotes por los siguientes motivos:

El objeto del contrato está configurado como una única unidad funcional. Atendiendo al considerante 78 de la Directiva 2014/24/UE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 26 de febrero de 2014, sobre contratación pública, y el artículo 99 de la LCSP, el hecho de dividir la licitación en lotes podría comportar que la ejecución del contrato sea excesivamente difícil y onerosa desde un punto de vista técnico.

En efecto, el objeto del contrato se considera un único servicio y es por ello que no es posible dividir en lotes. Tal y como se especifica en la memoria justificativa, se considera que deben prestarse como un único servicio porque el objeto del contrato está configurado como una única unidad funcional. Atendiendo al considerando 78 de la Directiva 2014/24/UE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 26 de febrero de 2014, sobre contratación pública, y el artículo 99 de la LCSP, el hecho de dividir la licitación en lotes comportaría que la ejecución del contrato se convirtiera excesivamente en difícil y onerosa desde un punto de vista técnico. En efecto, para la correcta ejecución del contrato se requiere un único proveedor que lleve a cabo las diferentes acciones que conforman el objeto contractual.

En efecto, es imprescindible una sola coordinación de todas las tareas a realizar durante la ejecución del contrato:

- la planificación de las campañas Search Engine Marketing (en adelante SEM) junto con la Universitat Oberta de Catalunya (en adelante UOC)
- gestión y ejecución de la planificación de las mismas
- el pago del consumo a la plataforma del buscador de las campañas SEM

Estas tareas se encuentran relacionadas entre sí, no se pueden dividir, por tanto, para poder garantizar una correcta ejecución del contrato es necesario que los recursos y las actividades objeto de esta licitación se concentren en un único proveedor.

Las empresas que participen en el presente procedimiento, deberán basar su gestión en la realización de campañas de publicidad de pago por clic (CPC) en la plataforma del buscador con el fin de cubrir todo el embudo de conversión (conocimiento de marca, tráfico y performance) con el fin de:

- Dar a conocer y generar más visibilidad de la marca UOC
- Generar tráfico de calidad hacia la Web de la UOC
- Captación de leads y matrículas del portafolio de la UOC
- Realización del pago del consumo en la plataforma del buscador

Por tanto, el órgano de contratación considera que no es posible fraccionar en lotes ya que de hacerlo no se produciría ni eficaz ni coordinadamente la ejecución de las prestaciones, redundando en una peor prestación del servicio.

En definitiva, el objeto del presente contrato es único y, por tanto, también lo será su adjudicación, que no se podrá dividir en partes o en lotes.

## 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 al órgano de contratación, incluido el Impuesto del Valor Añadido, salvo disposición en contrario. El presupuesto base de licitación es de 70.179,98 euros (IVA incluido), de acuerdo con el siguiente desglose:

	<b>Importe duración contrato (sin IVA)</b>	<b>IVA (21%)</b>	<b>Importe duración contrato (con IVA)</b>
Consumo plataforma buscador	40.000,00 €	8.400,00 €	48.400,00 €
Fee agencia	17.999,98 €	3.780,00 €	21.779,98 €
<b>TOTAL</b>	<b>57.999,98 €</b>	<b>12.180,00 €</b>	<b>70.179,98 €</b>

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:

PBL	%	IMPORTE SIN IVA	IVA 21%	IMPORTE CON IVA
COSTES DIRECTOS (MOD, MAT, etc)	64,68%	37.514,39 €	7.878,02 €	45.392,41 €
COSTES ESTRUCTURA	28,76%	16.680,79 €	3.502,97 €	20.183,76 €
BENEFICIO INDUSTRIAL	6,56%	3.804,80 €	799,01 €	4.603,81 €
Total	100%	57.999,98 €	12.180,00 €	70.179,98 €

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

En la siguiente tabla se establecen los parámetros que servirán para calcular la fee de la agencia en base a la inversión en concepto "Consumo plataforma buscador" y en base a la oferta que presente el licitador que resulte adjudicatario (no podrá ser superior a los importes indicados):

#### SEM INTERNACIONAL

Importe mínimo Consumos plataforma buscador (mensual) sin IVA	Importe máximo Consumo plataforma buscador (mensual) sin IVA	Fee Agencia/Mensual (IVA no incluido) Importe fijo (franja hasta 4.999,99€)	Fee Agencia/Mensual (IVA no incluido) Importe variable "x"% a calcular sobre la inversión realizada en consumo buscador (franja inversión de 5.000,00€ a 9.999,99) – el IVA(21%) se aplicará sobre el importe que resulte de aplicar el % a la inversión final	IVA (21%)	Fee Agencia (IVA incluido)
1,00 €	4.999,99 €	1.000,00 €	--	210,00€	1.210,00€
5.000,00 €	9.999,99 €	--	20%	--	--

**La Fee de la agencia se distribuye en:**

Pagos mensuales, que se determinarán según el importe de inversión mensual efectuado en la plataforma del buscador y la oferta presentada por el contratista, de acuerdo el siguiente cálculo:

- 20% máximo previsto (franja inversión de 5.000,00€ a 9.999,99€) x 9.999,99€ (fee más alta prevista)= 1.999,99/mensual (sin IVA)
- Total del importe de la vigencia del contrato (9 meses)= 17.999,98€ (sin IVA)

Esta fee o honorarios mensuales cubren la totalidad de los servicios que la agencia proporcione a la UOC, incluyendo la planificación, gestión y ejecución de la campaña, servicios de soporte tecnológico como la programación y mantenimiento de las campañas, las herramientas para la correcta implantación de las mismas y otros servicios tecnológicos que se puedan necesitar, así como la gestión de los pagos en el buscador del consumo realizado en su plataforma.

### **Consumo plataforma (importe total a invertir en este canal):**

Se trata de un importe indisponible para la contratista y destinado exclusivamente a la inversión en SEM. El presupuesto del expediente anterior de referencia (2021-2022), para el consumo de la plataforma, se había previsto en 30.000,00€, dicho importe sólo contemplaba acciones en tres países (Colombia, Ecuador, Perú).

Hay que tener en cuenta que el servicio actual se encuentra inactivo desde el 2022, no se dispone de un histórico reciente para definir unas volumetrías exactas, a pesar de todo, se ha tenido en cuenta los importes aprobados para el 2024 recientemente, y se ha tenido en cuenta un % de incremento para poder cubrir el incremento previsto para el 2025 en consumos de plataforma (Google ads), junto con unas fee's actualizadas en base al mercado actual internacional, contemplándose para la volumetría, la fee para el importe de inversión más frecuente, por los meses de vigencia del presente contrato (9 meses, hasta que se active la licitación del Área de Marketing que se publicará en el 2025 para la gestión centralizada de SEM de la UOC).

Por ello se ha considerado pertinente prever un incremento de un 33,33% sobre el presupuesto previsto para el 2021-2022, y de acuerdo con la disponibilidad presupuestaria para el presente contrato, en concepto de actualización de los precios de mercado y para una mayor cobertura de las necesidades actuales de la UOC y en concreto, por las siguientes razones:

- En el 2025 prevé la posibilidad de ampliar el rango de países (Chile y México), suponiendo un mayor presupuesto de inversión.
- Poder contemplar acciones complementarias que ayuden a optimizar los anuncios en la plataforma y dar mayor visibilidad. Estas acciones complementarias pueden implicar un mayor coste en la inversión en SEM para lograr la optimización adecuada, por ello se ha contemplado un mayor presupuesto que no necesariamente significa un gasto porque se irá dando teniendo en cuenta resultados, coste por clic (CPC), coste por adquisición (CPA) los cuales pueden variar según el país y basado, también, en la puja de la competencia en el momento concreto.

El presupuesto del contrato se determina en base a precios unitarios y estimación de necesidades, de manera que el importe global del presupuesto del contrato se organiza a partir de estas estimaciones, sólo se podrán facturar los importes presentados como oferta por el adjudicatario con el sobre 3, sin que exista obligación alguna por parte del órgano de contratación de agotar el importe destinado al servicio. Por lo tanto, el contratista no tendrá derecho a compensación en caso de que los volúmenes reales sean inferiores a los volúmenes indicados en las prescripciones técnicas.

El presupuesto base de licitación es adecuado a los precios de mercado, tal y como exige el artículo 100 de la LCSP.

## 8. Valor estimado del contrato

Se entiende por valor estimado del contrato el valor el 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: 57.999,98 euros, según el siguiente desglose:

	<b>Importe duración contrato (sin IVA)</b>
Consumo plataforma buscador	40.000,00 €
Fee agencia	17.999,98 €
<b>TOTAL</b>	<b>57.999,98 €</b>

El valor estimado del contrato se ha calculado (i) en base a los consumos en la plataforma del buscador de las últimas anualidades de referencia (2021-2022 como últimos años de inversión aprobada en el canal SEM Internacional) de las líneas de producto de interés (apartado 3 PPT), y (ii) en base a las previsiones de aumento de necesidades derivadas de las nuevas líneas de productos que puedan surgir y teniendo en cuenta los previsibles aumentos de demanda del mercado (y otros productos como promoción de las becas LATAM) y (iii) en base a la retribución habitual y estándar en el mercado para la prestación de los servicios objeto del contrato en función de la inversión realizada.

El valor estimado del contrato se corresponde con el presupuesto base de licitación, dado que no se prevén prórrogas ni se prevén causas específicas relativas a modificaciones contractuales.

## 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:
  - Manifestación de haber realizado un mínimo de 3 trabajos o servicios similares desarrollados en los últimos 3 años en prestaciones iguales o similares al objeto contractual (este requisito de solvencia no se exigirá a las empresas de nueva creación con antigüedad inferior a 5 años). A efectos de determinar si los trabajos son iguales o similares al objeto contractual, se atenderá a los cuatro primeros dígitos del código CPV y a la vinculación con el objeto del contrato. Esta manifestación deberá realizarse mediante la cumplimentación del anexo 3 “Declaración

responsable” en el que deberán indicarse los tres trabajos similares realizados con anterioridad, incluyendo el detalle de las tareas realizadas para cada uno de los trabajos y la fecha de realización de los mismos.

- 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:
  - Manifestación de disponer 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:
    - 57.999,98 euros (correspondiente al importe del Valor Estimado del Contrato.
  - Estos importes no serán superiores a una y media el valor estimado del contrato. Por tanto, se respeta el límite previsto en el artículo 87.1.a) de la LCSP y no se limita la concurrencia.
  - Alternativamente, manifestación de tener constituido seguro de responsabilidad por riesgos profesionales por valor mínimo de:
    - 57.999,98 euros (correspondiente al importe del Valor Estimado del Contrato.
  - 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.

La indicación del cumplimiento de los requisitos de solvencia técnica o profesional y económica y financiera se hará mediante la declaración responsable de acuerdo con el Pliego de Cláusulas Administrativas, no resultando necesaria su efectiva acreditación en atención al artículo 159.6.b) LCSP y en base al informe, de 26 de febrero de 2018, de la Junta Consultiva de Contratación Administrativa de la Comunidad Autónoma de Aragón.

## 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:**

Para ejecutar el Contrato, la empresa debe contar con los siguientes perfiles de personal o número de efectivos de un perfil determinado o experiencia, en las siguientes condiciones y aportando el documento o documentos indicados:

- **Un (1) Gestor de cuentas** con dos (2) años de experiencia demostrable en los últimos tres (3) años gestionando Servicios de SEM en el mercado Internacional.
- **Un (1) perfil técnico operativo especializado en SEM** con un mínimo de tres (3) años de experiencia en los últimos tres (3) años. Será imprescindible que disponga de nivel medio (B2) de inglés (comprensión lectora y expresión oral y escrita).
- **Un (1) perfil senior especializado en SEM** con un mínimo de tres (3) años de experiencia en los últimos tres (3) años. Será imprescindible que disponga de un nivel medio (B2) de inglés (comprensión lectora y expresión oral y escrita).

### **Certificaciones necesarias para los perfiles técnico operativo y perfil senior especializado SEM (se admiten equivalencias):**

- Certificación en campañas de Búsqueda de Google Ads.
- Certificación en Medición de Google Ads.
- Certificación en Display de Google Ads.
- Certificación en Vídeo de Google Ads.

La experiencia de los tres perfiles anteriormente indicada deberá acreditarse por parte del propuesto como adjudicatario mediante la presentación de currículum vitae de cada uno de los perfiles. Así mismo, el órgano de contratación, en caso de que el contenido de los currículum vitae aportados genere dudas o contenga incoherencias, podrá requerir que se aporten documentos acreditativos de la experiencia declarada en los currículum vitae aportados (por ejemplo, copia de los certificados que acrediten los conocimientos lingüísticos requeridos, copia de las certificaciones requeridas, contratos laborales relacionados con la experiencia requerida...).

Disponer de los certificados indicados para los perfiles técnico operativo y perfil senior especializado SEM, hace patente el dominio de los aspectos básicos y avanzados de las distintas aplicaciones del entorno Google, por parte del equipo técnico permitiendo probar o confirmar los conocimientos que tiene el perfil sobre una cierta materia, en este caso entorno Google. Adicionalmente, son una prueba de competencia y habilidad en el uso de Google Ads, y pueden ayudar a mejorar la credibilidad y la confianza de los clientes en los servicios ofrecidos por el profesional.

### **MEDIOS MATERIALES:**

A nivel de hardware son necesarios ordenadores y conexión a Internet.

A nivel de software son:

- Herramientas básicas de ofimática: Word, Excel, PowerPoint, PDF...
- Editores de SEM offline, como el Google Ads Editor o similares.
- Herramientas de análisis de la competencia, como Google Analytics, SEMrush o similares.
- Una cuenta que permita acceder al entorno de Google Workspace (G Suite).

Las herramientas relativas a Editores de SEM offline como Google ads editor o similar, son necesarias para poder editar y llevar a cabo las campañas del SEM en la plataforma Google Ads, debido a que en este contrato se trabaja únicamente en la plataforma Google Ads, es necesario que dispongan de este tipo de editor o similar para poder realizar las encomiendas objeto del presente contrato.

En cuanto a las herramientas de análisis como SEMRush, Google Analytics o similares se requieren para optimizar las campañas, ya que es necesario analizar el entorno, y por ello se precisa que la empresa adjudicataria disponga de las principales herramientas de análisis utilizadas en Google, tal como se indica, pueden ser las indicadas o similares.

Respecto a la cuenta con acceso al entorno de Google Workspace, la misma es necesaria para facilitar el trabajo síncrono y asíncrono entre el contratista y la UOC durante todo el servicio, y el uso de sus herramientas de trabajo (drive, Hangouts, chat...), debido a que la UOC trabaja en un entorno *Google Suite*, es por ello que se requiere que el contratista disponga de una cuenta de *gmail* con acceso a Google Workspace. Además, Google Suite es accesible desde cualquier dispositivo con conexión a internet siendo compatible con una amplia gama de formatos de archivo; adicionalmente, es una de las plataformas de productividad más utilizadas a nivel mundial y muchas de sus herramientas están disponibles de forma gratuita o a un coste bajo, lo que las hace accesibles para todas las empresas.

### 13. Criterios de adjudicación

De conformidad con los artículos 145 y 146 (en lo que no contradigan el artículo 159) y 159.6.c de la LCSP y atendiendo al objeto del contrato de referencia, se proponen los siguientes criterios de adjudicación en base a 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 pretende contratar.

- Criterios de adjudicación evaluables mediante fórmulas

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 los siguientes criterios y las siguientes fórmulas:

Criterio de adjudicación evaluable mediante fórmula	Puntos	Fórmula/Método de valoración	Justificación
<b>Oferta económica.</b> Fee Agencia (según importe consumos)	25 puntos	Aplicación de la fórmula proporcional inversa que atribuye una puntuación superior a la oferta más	Es necesario establecer este criterio en observancia del principio de utilización racional y eficiente de los recursos.

<p>plataforma buscador (mensual): <b>1,00 € a 4.999,99 €</b></p>		<p>económica y una inferior a la oferta menos ventajosa económicamente, guardando la adecuada proporción en la atribución de puntos a las ofertas intermedias.</p> $\text{Puntuación} = 25 \times \frac{\text{Precio oferta más económica}}{\text{Precio oferta a valorar}}$	
<p><b>Oferta económica.</b> Fee Agencia (según importe consumos plataforma buscador (mensual)): <b>5.000,00 € a 9.999,99 €</b></p>	<p>35 puntos</p>	<p>Aplicación de la fórmula proporcional inversa que atribuye una puntuación superior al porcentaje más bajo y una inferior al porcentaje más alto, guardando la adecuada proporción en la atribución de puntos a las ofertas intermedias.</p> <p>Se otorgará la máxima puntuación a la oferta con el porcentaje más bajo y, al resto de licitadores, proporcionalmente según la siguiente fórmula:</p> $\text{Puntuación} = 35 \times \frac{\% \text{ oferta más baja}}{\% \text{ oferta a valorar}}$	<p>Es necesario establecer este criterio en observancia del principio de utilización racional y eficiente de los recursos.</p>
<p><b>Criterios automáticos distintos al precio:</b> La empresa licitadora aporta certificado de ser empresa "Google partner Premium" o equivalente</p>	<p>25 puntos</p>	<p>25 puntos: si en el anexo 1 (oferta económica) responde SÍ y aporta documento acreditativo del criterio.</p> <p>0 puntos: si en el anexo 1 (oferta económica) responde NO o si responde SÍ pero no aporta ningún documento acreditativo del criterio.</p>	<p>Se valora favorablemente, sin que resulte excluyente, que el contratista disponga, del certificado de empresa "Google Partner Premium", dado que disponer de esta certificación garantiza que la UOC pueda mantener una ventaja competitiva con respecto al mercado y competidores directos, ofreciendo Google a la UOC a través del partner/agencia p.ej.: acceso a formaciones exclusivas, asistencia personalizada en la resolución de incidencias, apoyo en la estrategia de negocio de la de la UOC, acceso a productos Beta, etc.</p>

<p><b>Criterios automáticos distintos al precio:</b> La empresa licitadora aporta certificado de disponer de entorno “Google Ads 360” o equivalente</p>	<p>15 puntos</p>	<p>15 puntos: si en el anexo 1 (oferta económica) responde SÍ y aporta documento acreditativo del criterio.</p> <p>0 puntos: si en el anexo 1 (oferta económica) responde NO o si responde SÍ pero no aporta ningún documento acreditativo del criterio.</p>	<p>Se valora favorablemente, sin que resulte excluyente, que el contratista disponga del entorno “Google Ads 360”, dado que garantiza una mejor eficiencia en la creación, gestión y análisis de las campañas y sus anuncios, disponer de Google Ads “360” permite establecer estrategias de oferta automática a nivel de palabra clave en todas las cuentas del motor además de lo que ya ofrece la versión estándar (no por palabra y sólo configuración a nivel de grupo de anuncios y campaña), por lo tanto disponer de este certificado garantiza la eficiencia y una mejora de la calidad final del servicio.</p>
---	------------------	--	--

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 159.6.c de la LCSP, que dispone: *“La oferta se entregará en un único sobre o archivo electrónico y se evaluará, en todo caso, conforme a criterios de adjudicación cuantificables mediante la mera aplicación de fórmulas establecidas en los pliegos”*.

Adicionalmente, se han fijado estos criterios partiendo de la premisa de que se quiere obtener un servicio de gran calidad que responda lo mejor posible a las necesidades existentes.

Por último, son criterios de adjudicación vinculados al objeto del contrato y se han fijado de forma objetiva y con respecto a 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 período 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 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 ejecución 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 en 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:

Importe mínimo de la póliza: 57.999,98€ (correspondiente al VEC).

Sublímite mínimo por siniestro/víctima: 57.999,98€ (correspondiente al VEC).

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 que dispongan los pliegos, salvo que conforme a lo establecido en las letras d) y i) del apartado 2º. 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, debiendo ser éstas ejecutadas directamente por el contratista principal. La determinación de las labores críticas deberá ser objeto de justificación en el expediente de contratación”.*

En caso de 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:

- Atención e Interlocución con la UOC (tarea a realizar durante toda la ejecución del contrato)
- Pago del Consumo en la plataforma del buscador (tarea a realizar en la fase de "gestión y ejecución de la planificación (agencia)). Concretamente:
  - Gestión de presupuestos y pagos de los consumos en la plataforma del buscador, códigos de conversión y otros aspectos técnicos formales que garanticen el correcto funcionamiento de la campaña.

En cuanto 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, dado que el servicio consta de acciones consecutivas e interrelacionadas y que su gestión debe recaer en un solo contratista, la persona de contacto que atienda, comunique y responda las posibles demandas de la UOC debe pertenecer a este contratista con el fin de garantizar una respuesta rápida y eficaz y garantizar el control y seguimiento de todo el servicio.

Adicionalmente, el pago del consumo a la plataforma del buscador de las campañas SEM es una tarea crítica que a llevar a cabo el contratista principal, dado que los importes destinados a inversión, de notable cuantía, son importes absolutamente indisponibles y deben abonarse por parte del contratista siguiendo de manera estricta las instrucciones dadas por la UOC. Además, el hecho de que se subcontratara esta prestación podría no garantizar que la UOC tuviera políticas de transparencia total de inversión y resultados con el fin de consultar en todo momento qué y cómo se gasta según las diferentes estrategias y tomar de una manera inmediata y sobre la base de datos ciertas decisiones estratégicas sobre las inversiones para conseguir los objetivos de la campaña. Asimismo, la intervención de un tercero dificultaría enormemente la obtención de la justificación del pago a la plataforma del buscador dentro del plazo conferido al efecto y la validación del consumo efectuado.

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 según lo que prevé el artículo 159.6 en relación con el artículo 159.4.b de la LCSP.

### **Garantía definitiva**

No resulta procedente exigir la constitución de garantía definitiva por parte del licitador propuesto adjudicatario, según lo dispuesto en el artículo 159.6.f de la LCSP.

Firma,

Gemma Xarles Jubany  
Directora del Àrea de Alianzas, Comunidad y Equidad