

INFORME JUSTIFICATIVO DE LA NECESIDAD E IDONEIDAD DE CONTRATAR EL SUMINISTRO DE LAS LICENCIAS PARA LA PLATAFORMA ÚNICA DE AUTOMATIZACIÓN DE MARKETING HUBSPOT PROFESSIONAL PARA FUNDACIÓ BARCELONA MOBILE WORLD CAPITAL FOUNDATION

Exp. AS/F202401/SUM

1. Naturaleza y extensión de las necesidades que pretenden cubrirse con el contrato. Idoneidad del objeto y su contenido.

1.1. Introducción

Fundació Barcelona Mobile World Capital Foundation (en adelante, "**MWCapital**" o la "**Fundación**", indistintamente) es una organización público-privada activadora del potencial estratégico que supone la innovación tecnológica y digital para la sociedad. Su visión valorar las oportunidades actuales y de futuro derivadas de la transformación y la evolución del entorno económico, científico, educativo y social, fomentando la generación de conocimiento y el desarrollo de soluciones e iniciativas para enfrentar los retos de la ciudadanía interconectada y global. Su misión es impulsar la transformación móvil y digital de la sociedad para mejorar la vida de las personas a nivel global.

Promovida por el Ministerio de Economía y Empresa a través de Red.es, la Generalitat de Catalunya, l'Ajuntament de Barcelona, Fira de Barcelona, y GSMA, MWCapital cuenta también con el apoyo de Telefónica, Vodafone y Orange, Damm y CaixaBank como *partners* corporativos y miembros de su Patronato.

MWCapital actúa en base a una cultura corporativa basada en la *Intelligence*; conecta a agentes especialistas implicados en sus respectivas áreas actividad, convirtiéndose en un activo neutral de estructura y operativa ágil, abierta y de experiencia contrastada en la realización de proyectos y de resultados concretos destinados a generar impacto económico y social a nivel global.

Su actividad transversal da acceso al conocimiento y a los recursos mediante la interconexión cualificada y competente entre los distintos agentes que conforman el conjunto de la cadena de valor del ecosistema tecnológico y digital, fomentando su desarrollo mediante la atención a las necesidades específicas y anticipándose al interés y al beneficio integral de sus aportaciones.

FOUNDING PARTNERS



Su misión principal es la de habilitar, acompañar, pilotar y garantizar la transformación móvil y digital aplicada en ámbitos sectoriales concretos y con impacto en la mejora de la calidad de vida de las personas: como pueden ser la medicina y la salud, la educación, las industrias del tejido productivo, como la movilidad, o el futuro de la urbanidad y el impacto de la digitalización, entre otros.

En este sentido, la capacidad de MWCapital es la de cohesionar desde el rigor y la visión holística de sus programas, las posibilidades de adaptación, desarrollo, crecimiento y posicionamiento estratégico del conjunto del ecosistema implicado: administraciones públicas, asociaciones empresariales, departamentos de innovación en empresas industriales y de servicios de diferentes sectores, clústeres y consultoras tecnológicas, hubs centralizados de multinacionales, centros de formación y de investigación de universidades, startups y talentos emprendedores especializados, tanto locales como internacionales, enfocando sus iniciativas desde y para la ciudadanía.

MWCapital es un activo de posicionamiento estratégico y de futuro para la ciudad de Barcelona y su entorno, una oportunidad única de beneficio común de su potencial empresarial, educativo y científico global, reconociendo el valor y atractivo competitivo de su talento creativo, acogedor y de vanguardia, y ampliando el legado del MWC.

1.2. Antecedentes

En septiembre de 2021, MWCapital disponía de una solución CRM y automatización de marketing, con el software base de CRM, y los *addons* o productos adicionales de marketing *automation* y gestión de redes sociales.

Los productos de marketing *automation* son utilizados para la automatización del “*outbound marketing*” independientemente del origen de los contactos o *leads*, que en el caso de MWCapital proceden mayoritariamente de los eventos que organiza la Fundación y, en menor parte, de las relaciones con otras organizaciones y empresas de primer nivel canalizados a través del CRM. Por su parte, los productos de gestión de redes sociales son utilizados para la automatización del “*inbound marketing*” permitiendo gestionar, en su sentido más amplio, diferentes redes sociales, así como la publicación de contenidos.

En un principio, MWCapital disponía de dos instancias separadas en *Salesforce*, una para CRM y otra para marketing. Sin embargo, posteriormente se decidió fusionar

ambas instancias y disponer así de una única base de datos de contactos para que toda la organización operara sobre una única plataforma de marketing relacional. Con ello, se conseguía enriquecer las diferentes acciones de los diferentes programas y departamentos, disponer de una visión global y conjunta de cada uno de los contactos, *leads*, etc., mejorar el retorno de *Salesforce* en conjunto y mejorar la calidad de los procesos y los datos.

En septiembre de 2022 finalizó esta fusión e integración de instancias, por lo que fue posible tener un *tracking* único de los usuarios, contactos, asistentes y *leads* de una forma transversal. Asimismo, se resolvieron los problemas clásicos (marca de remitente como *spammer* etc.) de envíos masivos, contratando un producto adicional en *Salesforce*; hubo también una reingeniería de procesos internos, una evolución de las interfaces de usuario y sesiones de formación orientadas a los diferentes perfiles de usuario de la plataforma.

Además, en este proceso se contó con la ayuda de expertos en la plataforma que prestaron el soporte a la evolución de las interfaces de usuario, la migración de datos y las actividades regulares de los usuarios en sus diferentes perfiles de uso, mayoritariamente en el perfil de marketing.

En marzo de 2023, y teniendo en el horizonte la renovación de licencias de la plataforma prevista para el mes de mayo de 2023, se realizó un análisis del uso de todas las funcionalidades de la plataforma en uso hasta la fecha. De este análisis se pudieron extraer conclusiones sobre la necesidad de un cambio de enfoque más orientado a marketing, la necesaria mejora en la facilidad de uso de las herramientas, es decir, una funcionalidad más focalizada, un acceso completo a esta funcionalidad por parte de los usuarios de MWCcapital, así como las siguientes características necesarias e imprescindibles de la plataforma:

Funcionales

- Construcción fácil de plantillas.
- Construcción fácil de formularios integrables con los sitios web de MWCcapital.
- Construcción fácil de *landing pages* integrables con los sitios web de MWCcapital.
- Construcción fácil de *journeys* integradas con los sitios web de MWCcapital.
- Uso de los servidores de envío de la plataforma.
- Informes por defecto útiles y potentes.
- Plantillas para informes basadas en los informes por defecto.

- Capacidad de *A/B testing* transversal a todas las actividades de marketing (*inbound/outbound*).

Facilidad de uso y adopción

- Curva de aprendizaje muy suave y rápida, para el uso y para la configuración, que permita a los usuarios inexpertos utilizarla sin asistencia del equipo de IT.
- Interfaz de usuario amigable e intuitiva y focalizada en las tareas y actividades de marketing.
- Disponer de formación gratuita, guías de usuario descargables y una *knowledge base* completa y de fácil acceso al conocimiento.
- Customizable a nivel de usuario.

Coste

- Pago por uso, no por licencias de usuario.
- Coste máximo igual o inferior a la suma de las plataformas utilizadas actualmente.

Así, con estas premisas se realizó un estudio del “estado del arte”, es decir, un estudio de mercado y las diferentes soluciones disponibles con tres vectores fundamentales: funcionalidad, facilidad de uso y coste de la plataforma. Para ello, se realizó la comparación de cinco plataformas, cuya elección se ha fundamentado en el conocimiento previo de alguna de ellas por el uso que realizaba el departamento de marketing, por el volumen de uso y usuarios, y por el grado de satisfacción de los respectivos colectivos de usuarios de las plataformas, es decir, las más relevantes en el mercado por volumen o satisfacción de los usuarios.

La conclusión que emergió del estudio es que la plataforma que mejor cumplía con todos los requisitos funcionales y no funcionales era *Hubspot Marketing Hub Professional*.

En consonancia, todas estas características se tuvieron en cuenta para la tramitación del procedimiento de licitación del “*Contrato de suministro de las licencias de las herramientas de automatización de marketing Hubspot Professional y recursos en Cloud para la Fundació Barcelona Mobile World Capital Foundation y la sociedad Barcelona Mobile Ventures, S.L.*”, con número de expediente AS/F202302/SUM, que en fecha de 25 de julio de 2023 se adjudicó a la empresa CYBERCLICK AGENT, S.L.

Hubspot Professional se estableció, por tanto, como plataforma integral para hacer frente así a las necesidades detectadas y requisitos exigidos:

- Necesidad de integración en una única plataforma de todas las herramientas (CRM, *inbound marketing*, *outbound marketing*, SEO, SEM...).
- Funcionalidades orientadas a marketing con un diseño intuitivo.
- Facilidad de uso que permitiera dotar de autonomía a los usuarios de MWCapital y sin la necesidad de un perfil experto en la plataforma para su uso regular.
- Formación gratuita para la plataforma.
- Buena capacidad de segmentación de la base de datos de contactos, automatización de procesos y optimización de campañas.
- Base de datos única de contactos, *leads* y asistentes a los eventos en aras a la optimización de todas las actividades de marketing, esencialmente de carácter relacional.
- Mantener o reducir el coste de la plataforma con un volumen superior de contactos en la BDD, comparado con el resto de las herramientas actualmente en uso.
- Preparación y escalabilidad para poder soportar un alto volumen de usuarios y envíos con puntas muy significativas.

Ante la inminente finalización del Contrato, esto es, el próximo 30 de setiembre de 2024, incluido, y sin que se hubiera previsto prórroga alguna del mismo, es indispensable para MWCapital seguir contando con las licencias para la plataforma única de automatización de marketing *Hubspot Professional*, por lo que se hace necesario su contratación mediante el presente procedimiento de licitación pública.

1.3. Idoneidad del contrato

En base al contexto descrito, MWCapital requiere contratar el suministro de las licencias para la plataforma única de automatización de marketing Hubspot Professional.

En la medida en que el objeto de esta contratación está comprendido en el de los contratos regulados en la normativa en materia de contratación pública, y dada la consideración de MWCapital como entidad del sector público que tiene la consideración de poder adjudicador no administración pública, la prestación de dicho suministro debe ser objeto de licitación al amparo de lo dispuesto en la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público (en adelante, “LCSP”).

Finalmente, hay que tener en consideración la falta de medios propios para la ejecución del contrato por parte de MWCcapital dado que no cuenta con los recursos necesarios ni puede asumir la dimensión que abarca esta prestación.

2. Objeto y naturaleza del contrato

El objeto del contrato consiste en el suministro de las licencias para la plataforma única de automatización de marketing *Hubspot Professional* para MWCcapital. La prestación del suministro se llevará a cabo por la empresa adjudicataria de acuerdo con su propuesta presentada a la licitación y siempre cumpliendo los requerimientos técnicos indicados en los pliegos.

La naturaleza de este contrato se corresponde con la de un contrato de suministros, al amparo de lo previsto en el artículo 16 de la LCSP.

Dicho objeto se corresponde con el código 48480000-6 “Paquetes de software de ventas, mercadotecnia e inteligencia empresarial” de la nomenclatura del Vocabulario Común de Contratos Públicos (CPV) de la Comisión Europea.

3. División en lotes

El contrato no se divide en lotes en la medida en que la realización independiente de las diversas prestaciones comprendidas en su objeto dificultaría la correcta ejecución del presente suministro, así como su objetivo y finalidad, desde un punto de vista técnico, organizativo y de planificación.

En este sentido el suministro debe prestarse por un único contratista y no es posible su fraccionamiento, puesto que la coexistencia de dos empresas ejecutando la misma prestación dificultaría la óptima ejecución del contrato y dificultaría la máxima eficiencia en la ejecución de los trabajos de acuerdo con aquello previsto en el artículo 99.3 de la LCSP.

Por este motivo, la no división en lotes permite facilitar el cumplimiento de las funciones propias del responsable del contrato, asumiendo su responsabilidad íntegra, así como el aprovechamiento de economías de escala.

4. Presupuesto base de licitación y valor estimado del contrato

La configuración y sistema de determinación del precio se basa en un importe (a) a tanto alzado por la provisión de las licencias anuales *Hubspot Professional* y el número de contactos de marketing incluidos y adicionales; y un importe en términos de (b) precios unitarios en relación con una bolsa de horas de soporte de la plataforma a requerimiento de MWCcapital.

Así, la partida de provisión de las licencias anuales y número de contactos de marketing incluidos y adicionales descritas con anterioridad, se determinará a tanto alzado y los licitadores podrán hacer una oferta a la baja. Sin embargo, para la partida de soporte de la plataforma los licitadores tendrán que presentar una oferta a la baja respecto del precio unitario máximo indicado.

Como previsión de gasto, MWCcapital no estará obligada a consumir la totalidad del importe establecido para el soporte de la plataforma, sino que se facturarán las prestaciones u horas efectivamente realizadas de acuerdo con el precio unitario ofertado, sin que este hecho de derecho alguno al contratista a ser compensado, resarcido o indemnizado. Mensualmente, el adjudicatario informará a MWCcapital del número exacto de horas de soporte efectivamente realizadas para proceder a su facturación. El número de horas totales estará siempre dentro del baremo máximo de sesenta y cinco (65) horas previstas.

Por otro lado, el precio del contrato será el de adjudicación y tiene que incluir, como partida independiente, el impuesto sobre el valor añadido. En el precio se considerarán incluidos los tributos, las tasas, los cánones de cualquier tipo que sean de aplicación, así como todos los costes internos, directos, indirectos, gastos generales, transportes o embalajes, dietas, entre otros conceptos que puedan derivarse de las obligaciones establecidas en los pliegos que se tienen que cumplir durante la ejecución del contrato, incluyendo los costes asociados y la pertinente gestión para la obtención de eventuales permisos, licencias y seguros necesarios para la realización de los trabajos objeto del presente contrato, en su caso.

El presupuesto base de licitación del contrato es de **SESENTA MIL TRESCIENTOS TREINTA Y CUATRO EUROS CON SESENTA Y SEIS CÉNTIMOS (60.334,66.-€)**. Esto es, CUARENTA Y NUEVE MIL OCHOCIENTOS SESENTA Y TRES EUROS CON TREINTA Y SEIS CÉNTIMOS (49.863,36.-€) más la partida de IVA (21%) que es de DIEZ MIL CUATROCIENTOS SETENTA Y UN EUROS CON TREINTA CÉNTIMOS (10.471,30.-€).

El indicado presupuesto base de licitación se corresponde con el presupuesto asignado para la totalidad de los trabajos recogidos en el PPT, siendo los únicos trabajos a cuyo abono se compromete MWCcapital.

De conformidad con lo dispuesto en el artículo 100.2 de la LCSP, el precio del contrato se justifica mediante el siguiente desglose:

Costes directos (70%)	34.904,35.-€
Costes indirectos (24%)	11.967,21.-€
Beneficio industrial (6%)	2.991,80.-€
Total PBL	49.863,36.-€
IVA 21%	10.471,30.-€
PBL con IVA	60.334,66.-€

El presupuesto base de licitación arriba reseñado se desglosa en la estimación descrita en base a las siguientes asunciones, tomando como base para el cálculo, los precios de mercado de suministros similares, el licenciamiento de los productos necesarios para poder satisfacer el objeto del contrato, su instalación y puesta en marcha y la aportación de una bolsa de hasta 65 horas para que la empresa adjudicataria pueda prestar soporte, siempre que así se requiera por parte de MWCcapital, y conformado por las diferentes partidas del contrato:

- **Costes directos (70%):** Son todos los costes de los factores necesarios que se aplican a la ejecución del contrato; sobre todo costes de personal, considerando que, por la naturaleza de los trabajos a realizar, el personal que va a prestar los suministros puede presentar distintas categorías y tipologías, y otros eventuales gastos puntuales.
- **Costes indirectos (24%):** Son los costes de los factores necesarios para la ejecución del contrato que no corresponden a ninguna unidad concreta, como la mano de obra indirecta o personal técnico y administrativo, gastos de estructura, varios (material fungible, papel, etc.), así como los gastos por la actividad del operador económico, como, entre otros, el alquiler y amortización de inmuebles, mobiliario, ordenadores, publicidad, IAE e IRPF, gastos financieros, etc.

- Beneficio industrial (6%): Es el beneficio esperado por el contratista como pago de su actividad empresarial.

Por lo anterior, el presupuesto reseñando se desglosa también, con carácter orientativo, mediante la estimación de cada partida que conforman el mismo, si bien tanto el presupuesto como este desglose se indica únicamente a efectos de publicidad del procedimiento y de información a los posibles licitadores:

Concepto (tanto alzado)	Importe (*)
Marketing Hub Professional – Marketing Contacts (incluye 2.000 contactos de marketing)	9.492,13
75.000 Marketing Contacts adicionales	34.196,23
TOTAL	43.688,36

Concepto (precio unitario)			
Concepto	Unidades	Precio/Unidad	Importe (*)
Soporte	65 horas	95,00.-€/hora	6.175,00
TOTAL			6.175,00

TOTAL	49.863,36
--------------	------------------

(*) Los importes son IVA excluido

NOTA: Los licitadores deberán presentar una oferta económica en términos de tanto alzado en su conjunto por la provisión de la plataforma única de automatización de *marketing Hubspot Professional – marketing contacts* (incluidos y adicionales); y en términos de precios unitarios (precio/hora) para el soporte que pueda requerir MWCcapital durante la vigencia del contrato.

La oferta económica que se tomará en consideración a los efectos del presente contrato será la compuesta por la sumar de la parte “fija” (a tanto alzado) y la parte “variable” (precios unitarios), de acuerdo con el modelo de oferta adjunto en el anexo II del Pliego de Cláusulas Particulares.

El valor estimado del contrato, en atención a una eventual prórroga de un (1) año, tal y como se establece en las cláusulas 5 del presente informe, es de **NOVENTA Y NUEVE MIL SETECIENTOS VEINTISEIS EUROS CON SETENTA Y DOS CÉNTIMOS (99.726,72.-€)**.

5. Duración

Este contrato tendrá vigencia desde el mismo día de su formalización y por un periodo de un (1) año.

Se prevé la posibilidad de prorrogar el contrato mediante una (1) prórroga de un (1) año adicional.

De conformidad con lo dispuesto en el artículo 29.2 LCSP, la prórroga se acordará por el órgano de contratación y será obligatoria para el contratista, siempre que su preaviso se produzca al menos con dos (2) meses de antelación a la finalización del plazo de duración del contrato. En ningún caso podrá producirse la prórroga por el consentimiento tácito de las partes.

La duración propuesta permite dar cobertura a la naturaleza y necesidades del contrato, expresadas en el punto primero de este informe.

6. Criterios de solvencia

Podrán concurrir a este procedimiento todas las empresas o profesionales cuyas prestaciones estén comprendidas dentro de los fines, objeto o ámbito de la actividad de este informe de necesidad y, por tanto, de los pliegos del procedimiento.

Todas las entidades licitadoras, ya sean nacionales o extranjeras, que deseen concurrir al presente procedimiento de licitación, deberán acreditar cumplir con los criterios de solvencia que aquí se establecen.

En este sentido, el artículo 87.1 de la LCSP se nombran los medios mediante los cuales el empresario puede acreditar la solvencia económica y financiera, a elección del órgano de contratación. En este sentido para esta licitación se fijan las siguientes condiciones:

NOTA: Los requisitos que han de cumplir todos los licitadores, cuya concurrencia se declara en el sobre 1, deberán ser acreditados únicamente por el licitador en quien recaiga la propuesta de adjudicación que habrá de aportar la documentación acreditativa del cumplimiento de los requisitos de capacidad, y junto con aquellos documentos indicados en la cláusula 24 del Pliego de Cláusulas Particulares.

No obstante lo anterior, el órgano de contratación o sus servicios dependientes pueden solicitar en cualquier momento a cualquier licitador la documentación acreditativa de los extremos exigidos, cuando considere que existen dudas razonables sobre la vigencia o fiabilidad de la declaración, siempre que resulte necesario para el buen desarrollo del procedimiento.

6.1. Acreditación de la solvencia económica y financiera

El criterio relativo a la solvencia económica y financiera seleccionado permite verificar que la capacidad económica del operador que tiene que llevar a cabo la prestación podrá realizarla con garantía de éxito.

En este sentido, se deberá disponer de un **volumen anual de negocios** en el ámbito al que se refiere el contrato, referido al mejor de los últimos tres (3) ejercicios disponibles, en función de las fechas de constitución o de inicio de actividades del contratista, deberá ser igual o superior a una vez el valor estimado del contrato, esto es, a **99.726,72.-€**.

Medio de acreditación:

- La aportación de las cuentas anuales aprobadas y depositadas en el Registro Mercantil correspondientes a los tres (3) últimos ejercicios cerrados, si el empresario estuviera inscrito en dicho registro; y en caso contrario, por las depositadas en el registro oficial en que deba estar inscrito.
- En el caso de que la empresa no tenga la obligación de presentación de cuentas ante organismo oficial, deberá presentar una declaración al respecto y presentar las cuentas legalizadas.
- En caso de que la empresa no tenga la obligación de presentación de cuentas ante organismo oficial ni de legalizar cuentas, deberá presentar una declaración al respecto, así como las cuentas firmadas por el representante legal.

- Los empresarios individuales no inscritos en el Registro Mercantil acreditarán su volumen anual de negocios mediante sus libros de inventarios y cuentas anuales legalizados por el Registro Mercantil o declaración de IRPF de los ejercicios correspondientes.

6.2. Acreditación de la solvencia técnica o profesional

Los criterios relativos a la solvencia técnica y profesional seleccionados permiten verificar que el operador económico tiene la suficiente experiencia para poder llevar a cabo la prestación.

Experiencia

En este sentido, se deberá disponer de una **relación de los principales suministros de naturaleza igual o similar a los que constituyen el objeto del contrato** realizados durante los últimos tres (3) ejercicios disponibles, en función de las fechas de constitución o de inicio de actividad del contratista, para al menos tres (3) empresas y/o instituciones públicas de ámbito local, autonómico, estatal y/o internacional, y cuyo importe anual acumulado en el año de mayor ejecución sea igual o superior al **60% del valor estimado del contrato, esto es, 59.836,032.-€.**

Para determinar que un trabajo o suministro es de igual o similar naturaleza al que constituye el objeto del contrato, se entenderá cumplida si cumple con el código CPV principal indicado en la cláusula 2 del presente informe.

Medios de acreditación:

- (No exigible a empresas de nueva creación): Mediante la aportación de certificados expedidos o visados por el órgano competente, cuando el destinatario sea una entidad del sector público; y, cuando el destinatario sea un sujeto privado, mediante un certificado expedido por este o, a falta de estos certificados, mediante una declaración del empresario acompañado de los documentos obrantes en poder del mismo que acrediten la realización de la prestación, incluyendo en ambos casos los importes de dichos suministros, las fechas en que fueron prestados y los correspondientes destinatarios.
- Las empresas de nueva creación en los términos del artículo 90.4 LCSP (antigüedad inferior a cinco años): Mediante declaración sobre la plantilla media anual de la empresa y del número de directivos desde la fecha de

constitución, que deberá ser de cinco (5) empleados desde la fecha de constitución; pudiendo el órgano de administración, si lo considera necesario, solicitar un informe de la Seguridad Social con el número anual medio de personas trabajadoras

Certificado de Programa Partners

La plataforma única *Hubspot Professional* es una solución avanzada en forma de SaaS que proporciona un conjunto de herramientas y funcionalidades para la automatización de marketing, la gestión de relaciones con clientes o usuarios, así como la analítica y *reporting* asociados.

Dada la extensión y complejidad de las funcionalidades de las que MWCcapital hará uso, se requiere que el proveedor seleccionado, además de proporcionar las licencias necesarias, cuente con la capacidad técnica y de calidad para llevar a cabo el soporte, la formación y la migración de datos, necesarios todos ellos para el adecuado uso de la solución.

Así, de acuerdo con lo dispuesto en el art. 89.1.f) de la LCSP, los licitadores deberán acreditar disponer de certificados expedidos por los institutos o servicios oficiales encargados del control de calidad, de competencia reconocida, que acrediten sus competencias mediante referencias a determinadas especificaciones o normas técnicas y, en concreto:

- *Hubspot Elite Solutions Partner*: Esta acreditación se otorga a proveedores de HubSpot que han alcanzado el máximo nivel de experiencia y rendimiento en la implementación de soluciones de HubSpot, garantizando así que el proveedor tenga la experiencia, la infraestructura y el equipo especializado para cumplir con las necesidades técnicas avanzadas para organizaciones con necesidades como MWCcapital.
- *“Hubspot Onboarding Accreditation”*: Esta acreditación asegura que el proveedor está capacitado para ofrecer servicios de operación y configuración de la solución Hubspot en el entorno de MWCcapital, que el proveedor tiene la capacidad y la experiencia para configurar adecuadamente la plataforma, minimizando los riesgos de fallos técnicos o de incompatibilidades con otros sistemas de MWCcapital, y garantizando también una correcta adaptación a nuestras necesidades específicas.

- “Hubspot Data Migration Accreditation”: El proveedor debe estar cualificado para llevar a cabo procesos de migración de datos de manera segura y eficiente, sin pérdida ni corrupción, garantizando así la integridad de la información.
- “Email Marketing Certification”: Se espera el uso intensivo de las capacidades de marketing de Hubspot, especialmente en campañas de email marketing, por lo que la certificación garantiza que el proveedor este especializado en el uso y configuración de estas funcionalidades, asegurando que se maximice el rendimiento de las campañas y se cumplan los objetivos de las estrategias de marketing digital.
- “Hubspot Trainer Certification”: La correcta adopción de la herramienta por parte del equipo interno es clave para el éxito del proyecto, de manera que debe contarse con un proveedor certificado, autorizado y capacitado para la formación, garantizando así que dicho equipo interno pueda recibir una formación adecuada y especializada, optimizando el uso de la plataforma.
- “SEO Certification y SEO II Certification”: Estas certificaciones complementarias acreditan que el proveedor tiene un conocimiento profundo y la capacidad de implementar estrategias avanzadas SEO de optimización de contenido y estructura web en la implementación de las funcionalidades o contenido expuestos al público, maximizando la eficacia de la presencia online de MWCcapital como parte de su estrategia de marketing digital.

La Información sobre certificados de “*Hubspot Elite Solutions Partner*” se puede consultar en el siguiente enlace:

<https://ecosystem.hubspot.com/marketplace/solutions>

Medios de acreditación:

Cuando sea requerido por MWCcapital, estos suministros o trabajos se acreditarán por la empresa propuesta adjudicataria mediante certificados expedidos o visados por el órgano competente si el destinatario es una entidad del sector público o, cuando el destinatario sea un sujeto privado, mediante certificado expedido por éste o mediante declaración del empresario.

7. Criterios de adjudicación

La selección de la oferta más ventajosa se determinará teniendo en cuenta el mejor precio, en aplicación de los criterios definidos de la LCSP y de la normativa municipal en materia de contratación. Al tratarse de un suministro de un producto perfectamente definido, sin posibilidad de introducir cambios en el contrato ni adelantar el plazo de entrega (se da de alta la licencia en el mismo momento de la entrada en vigor), no existe ningún otro factor determinante para la adjudicación que el precio, de acuerdo con el artículo 145.3.f) LCSP.

La puntuación máxima de la totalidad de los criterios de adjudicación (evaluables automáticamente) es de **100 puntos**.

CRITERIOS DE ADJUDICACIÓN OBJETIVOS O EVALUABLES DE FORMA AUTOMÁTICA (HASTA UN MÁXIMO DE 100 PUNTOS)

a) Oferta económica (hasta un máximo de 100 puntos)

Se otorgará la máxima puntuación a la entidad licitadora que formule el precio más bajo que sea admisible, es decir, que no sea anormalmente bajo y que no supere el presupuesto base de licitación y en el resto de las empresas licitadoras la distribución de la puntuación se hará aplicando la siguiente fórmula establecida por la Instrucción de la Gerencia Municipal y aprobada por Decreto de Alcaldía (de Barcelona), de 22 de junio de 2017, publicado en la Gaceta Municipal del día 29 de junio:

$$\frac{\text{Presupuesto base de licitación – oferta (o precio unitario)}}{\text{Presupuesto base de licitación - oferta (o precio unitario) más económica}} \times \text{Puntos máx.} = \text{Puntuación resultante}$$

Si una entidad licitadora presentara una oferta que iguale el precio de licitación, quedará admitida pero no obtendrá ninguna puntuación, por no tratarse de ninguna mejora económica. Si una entidad licitadora presentara una oferta superior a la del precio de licitación, quedará automáticamente excluida.

A estos efectos, deberá cumplimentarse el modelo de oferta económica adjunto a los pliegos de la presente licitación.

8. Bajas presuntamente anormales y casos de empate

Para presumir que una oferta presenta carácter anormal o desproporcionado se seguirán las siguientes directrices, según lo dispuesto en el artículo 149.2.a) y b) de la LCSP:

- Si solo hay un (1) licitador, cuando su oferta económica que suponga una baja de más del 15% del presupuesto de licitación.
- En el caso que concurren dos (2) licitadores, cuando la oferta económica suponga una baja de más del 20% de la media del total de las ofertas.
- En el caso que concurren tres (3) licitadores, cuando la oferta económica suponga una baja de más del 15% de la media del total de las ofertas.
- En el caso que concurren cuatro (4) o más licitadores, cuando la oferta económica suponga una baja de más del 15% de la media del total de las ofertas. No obstante, si entre las ofertas hubiere ofertas superiores en 10 puntos porcentuales a la media del total de las ofertas, se calculará de nuevo la media sólo con las ofertas que no se encuentren en este supuesto.

De acuerdo con la previsión del artículo 149.4 LCSP, se rechazará la oferta si se comprueba que es anormalmente baja porque no cumple las obligaciones aplicables en materia de subcontratación, ambiental, social o laboral establecidas en el Derecho de la Unión, en el Derecho Nacional, los convenios colectivos sectoriales vigentes o por las disposiciones de Derecho internacional enumeradas en el anexo V LCSP y, en especial, si se evidencia que los salarios considerados a la oferta son inferiores a lo que establece el convenio de aplicación.

En caso de empate entre diversos licitadores se aplicará lo dispuesto en el artículo 147 apartado 2 de la LCSP.

9. Subcontratación

Al tratarse de un suministro de un producto perfectamente definido (se da de alta la licencia en el mismo momento de la entrada en vigor del contrato), no se prevé subcontratación.

10. Mesa de Contratación

La Mesa de contratación estará constituida por:

- Presidente: **Eduard Martín**; Chief Innovation Officer de MWCcapital, o persona en quien delegue;
- Secretaria: **Marta Duelo**; Chief of Legal & Contractual Services de MWCcapital, o persona en quien delegue;
- Vocal: **Carme Ponte**; Chief of General Services de MWCcapital, o persona en quien delegue;
- Vocal técnico 1: **Marcos Morcate**, Marketing Coordinator, o persona en quien delegue.
- Vocal técnico 2: **David Mira**, asesor externo IT, o persona en quien delegue.

Todos los miembros de la mesa de contratación tendrán voz y voto, excepto el secretario de la mesa, que actuará con voz y sin voto. El secretario de la mesa estará asistido por un técnico auxiliar, cuya incorporación a las reuniones se prevé con voz, pero sin voto.

En Barcelona, a 12 de septiembre de 2024



Eduard Martín
Chief Innovation Officer
Fundació Barcelona Mobile World Capital Foundation