

INFORME TÈCNIC DE VALORACIÓ DEL CONTINGUT DELS SOBRES B (DOCUMENTACIÓ RELATIVA ALS CRITERIS AVALUABLES MITJANÇANT JUDICI DE VALOR) PER A L'ADJUDICACIÓ DEL CONTRACTE DELS SERVEIS D'AUDITORIA, ACOMPANYAMENT EN LA CONFIGURACIÓ, OPTIMITZACIÓ TÈCNICA, EXPLOTACIÓ DE DADES I ESTRATÈGIA EN LA UTILITZACIÓ DEL SAAS ACTIVE CAMPAIGN

Núm. expedient: ES_LA0011122_2025_EXP_382

1. Introducció

El present informe mostra els criteris aplicats en el procés de valoració de l'oferta única presentada per a la contractació del servei d'auditoria, acompanyament en la configuració, optimització tècnica, explotació de dades i estratègia en la utilització del SaaS Active Campaign del TecnoCampus.

2. Antecedents

Mitjançant resolució mancomunada de la Presidència i la Direcció General de la Fundació TecnoCampus Mataró-Maresme nº 40/2025 del passat 11 de desembre de 2025, es va aprovar els plecs i la convocatòria de licitació de la contractació dels serveis d'auditoria, acompanyament en la configuració, optimització tècnica, explotació de dades i estratègia en la utilització del SAAS Active Campaign del TecnoCampus.

Finalitzat el termini de presentació de proposicions i constituïda la corresponent mesa de contractació d'acord amb la clàusula Dotzena del plec de Clàusules Administratives, en data 20 de gener de 2026 es procedeix a l'obertura i verificació del contingut del sobre A de l'única entitat presentada:

COMUNICACIÓN LA MAGNÉTICA SL

La qual és admesa a participació.

En data 22 de gener de 2026, la mesa de contractació procedeix a l'obertura del sobre B de l'entitat licitadora, el qual conté la documentació per a la valoració de criteris d'adjudicació sotmesos a judici de valor.

3. Criteris avaluables mitjançant judici de valor de les ofertes

Atès tot l'anterior, la Comissió Tècnica procedeix a la valoració de la documentació inclosa en el sobre B de l'empresa licitadora d'acord amb el contingut dels plecs de Prescripcions Tècniques i amb els criteris avaluables mitjançant judici de valor indicats en el punt H. dels plecs Administratius.

Criteris avaluables mitjançant judici de valor: Puntuació màxima de 49 punts

EMPRESA: COMUNICACIÓN LA MAGNÉTICA SL

Memòria descriptiva dels serveis (metodologia): <i>En aquest apartat els licitadors presentaran una proposta que desenvolupi la metodologia que aplicaran en la prestació del servei, això és, com realitzaran els treballs. El document de memòria ha de tenir una extensió màxima de 20 pàgines, en cas que superi l'extensió descrita, el contingut a partir d'aquest pàgina no serà valorat. La revisió de la memòria seguirà els següents criteris de valoració:</i>	Puntuació màx. 49 punts	Puntuació
Auditoria inicial . Es valorarà la sistemàtica, l'abast a auditar, i estructura global de l'auditoria i els procediments que se segueixin per fer aquesta auditoria. Especial atenció a les automatitzacions i compliment legal. Operativa del pla d'auditoria. <i>Justificació: Permet valorar la solvència tècnica i el rigor metodològic en la realització d'una auditoria que és base indispensable del contracte.</i>	12 punts	11 punts
Optimització d'automatitzacions. Propostes d'automatitzacions i configuracions per fer que el lead transcorri pel funnel de conversió. <i>Justificació: És un criteri essencial per assegurar la millora del rendiment operatiu, la coherència dels fluxos i l'augment de la productivitat del sistema.</i>	8 punts	7 punts
Campanyes i Nurturing Proposta d'estratègies efectives de campanyes i automatitzacions de nurturing efectives sota una òptica de treball dels leads que es troben en una part mitja del funnel. <i>Justificació: Permet mesurar la capacitat del licitador per optimitzar la conversió i el valor del contacte, elements clau en l'ús de la plataforma.</i>	8 punts	7 punts
Depuració, segmentació i enriquiment de bases de dades. Propostes de lead scoring. Procediment que es seguirà per realitzar aquest apartat del Plec Tècnic. <i>Justificació: La qualitat de dades és fonamental per garantir la fiabilitat del sistema CRM i la correcta execució de campanyes i automatitzacions.</i>	6 punts	5 punts
Acompanyament i formació. En aquells processos que requereixin un coneixement més profund, es valoraran els processos de formació i documentació al personal del TecnoCampus. <i>Justificació: És un criteri clau per garantir que la Fundació adquireixi autonomia progressiva i que el coneixement transferit sigui útil i aplicable.</i>	5 punts	5 punts
Informes. Es valorarà l'abordatge de generació d'informes i quadres de comandament de l'activitat del Active Campaign, ja sigui dins de la plataforma o mitjançant generadors d'informe com PowerBI o similar. <i>Justificació: Aquest criteri assegura que les decisions es basen en dades fiables i analítiques avançades, millorant la governança del CRM.</i>	4 punts	4 punts
Projectes desenvolupats amb altres institucions Universitàries o docents, o en el seu defecte, amb <i>target</i> Milennial o centenal. Es valoraran els aspectes qualitatius de l'experiència i l'aportació de dades de KPI clau. <i>Justificació: Permet garantir que el licitador té experiència en públics i contextos similars als del TecnoCampus, assegurant una millor adaptació estratègica.</i>	6 punts	5 punts

L'empresa COMUNICACIÓN LA MAGNÉTICA SL presenta una proposta tècnica, la qual, en termes generals es considera APTA per ser valorada.

Pel que fa a la proposta d'auditoria inicial, proposta excel·lentment estructurada en set eixos clars (estat del compte, entregabilitat, integracions, dades, automatitzacions, campanyes i formació). La fortalesa principal resideix en la metodologia de revisió de la qualitat de la dada i l'arquitectura de l'eina, alineant-se totalment amb el demandat en els Plecs de Prescripcions Tècniques. L'empresa detalla lliurables concrets i un cronograma d'execució immediat. Com a punt feble, s'observa una certa circularitat en auditar una configuració que ells mateixos han gestionat prèviament, el que podria restar objectivitat a la detecció d'errors estructurals d'etapes passades. Tot i això, la profunditat tècnica i la capacitat de diagnòstic demostrada justifiquen una puntuació gairebé màxima, ja que garanteixen una base sòlida per a l'optimització posterior del SaaS.

Pel que fa la seva proposta Optimització d'automatitzacions, La Magnètica demostra un domini avançat de la lògica d'ActiveCampaign, proposant una neteja de "triggers" i una reestructuració de fluxos per evitar solapaments. Destaquen per la seva visió estratègica en la simplificació de processos complexos, facilitant el manteniment futur. El punt fort és la proposta de personalització de continguts dinàmics dins dels fluxos segons el comportament de l'usuari. Es troba a faltar, però, una major concreció en exemples d'automatitzacions de "fidelització" o "cross-selling" específiques per a postgraus, centrant-se molt en el "recruitment" de grau. La puntuació reflecteix una solvència tècnica molt alta i una alineació total amb la necessitat d'eficiència operativa que marca el plec de prescripcions tècniques.

Pel que fa a la proposta de campanyes i Nurturing, presenten una proposta molt sòlida en l'estratègia de MOFU (Middle of the Funnel), amb un enfocament clar en la maduració de leads mitjançant contingut de valor. La seva metodologia de test A/B no es limita a l'assumpte, sinó que abasta l'estructura i el "copy", complint amb l'exigència d'optimització constant del PPT. La debilitat és una descripció una mica genèrica de la integració amb WhatsApp Business, on no detallen fluxos híbrids concrets (email+WA). Malgrat això, la capacitat de segmentació avançada i l'ús de dades de comportament per disparar impactes personalitzats fan que la proposta sigui altament competitiva i estratègica per als objectius de conversió del TecnoCampus.

Pel que fa a la proposta de depuració, segmentació i enriquiment de bases de dades. Propostes de lead scoring, l'aspecte més destacat és la implementació d'un model de Lead Scoring dual (interès vs. perfil) i, sobretot, la introducció del concepte de "score decay" (degradació de la puntuació per inactivitat), vital per mantenir la base de dades sanejada. Proposen una segmentació RFM que aporta un valor analític superior al demanat. El punt feble és la manca de detall en les fonts externes d'enriquiment de dades (més enllà de les pròpies del TecnoCampus). La puntuació és alta perquè la seva proposta de gestió del cicle de vida del contacte és tècnicament impecable i garanteix que l'equip de vendes rebi leads realment qualificats.

Pel que fa a la proposta d'acompanyament i formació, s'atorga la puntuació màxima per la seva adequació total a l'estructura organitzativa del TecnoCampus. L'entitat proposa un sistema de treball per sprints i l'ús d'eines compartides (Teams/Planner) que garanteix la traçabilitat de les tasques. La formació no és un simple traspàs d'informació, sinó que es plantegen sessions de capacitatció contínua i resolució de dubtes tècnics "on-the-go". La seva experiència prèvia amb la casa els permet oferir una corba d'aprenentatge nul·la i una proactivitat que els Plecs de Prescripcions Tècniques valora especialment. És una proposta de servei "boutique" que assegura que el personal del TecnoCampus tregui el màxim profit de la plataforma ActiveCampaign.

Pel que fa a la proposta de l'abordatge per a la generació d'informes i quadres de comandament de l'activitat del Active Campaign, la proposta supera les expectatives del PPT en plantejar una arquitectura de dades que connecta ActiveCampaign amb Looker Studio per a una visualització avançada. No es limiten als informes nadius de l'eina, sinó que proposen quadres de comandament personalitzats per a diferents nivells directius, facilitant la presa de decisions basada en dades reals de ROI i atribució. La claredat en la definició de KPIs i la periodicitat dels informes garanteixen una transparència total en l'explotació de dades. És una solució robusta, professional i perfectament alineada amb la cultura de dades que es vol potenciar a la Fundació.

Per últim, pel que fa a projectes desenvolupats amb altres institucions Universitàries o docents, o en el seu defecte, amb target Milennial o centenal, l'empresa acredita una experiència indiscutible en el sector educatiu (UOC, Blanquerna, etc.) i amb el target jove, el que és un actiu crític per al TecnoCampus. Coneixen perfectament el "customer journey" de l'estudiant universitari. No obstant això, no s'atorga la puntuació màxima perquè, tot i citar els projectes, la memòria és escassa en la presentació de resultats quantitatius (KPIs assolits, increments percentuals de conversió) en aquests casos d'èxit. Tot i aquesta falta de dades numèriques de rendiment, la seva posició com a referents en l'ecosistema digital català i el seu coneixement del sector justifiquen una valoració molt alta.

RESUM DE VALORACIONS

EMPRESA	Proposta auditoria inicial (màx. 12 punts)	Optimització automatitzacions (màx. 8 punts)	Campanyes i Nurturing (màx. 8 punts)	Depuració, segmentació i enriquiment de BBDD. Lead scoring	Acompanyament i formació (màx. 5 punts)	Generació d' infomes i quadre de comandament d'activitat Active Campaign	Projectes desenvolupats amb altres institucions (màx. 6 punts)	TOTAL SOBRE B (màx. 49 punts)
COMUNICACIÓN LA MAGNÉTICA SL	11	7	7	5	5	4	5	44 punts



Jordi Pérez Rubio (29 de gen. 2026 16:06:18 GMT+1)

Jordi Perez Rubio
Responsable de màrqueting