

Àrea: Àrea de Marketing

Expediente: HSE00011/2026

Tipo de procedimiento: Abierto

Objeto: Servicio de promoción de los programas formativos y captación de leads en portal vertical de formación del mercado nacional para la Universitat Oberta de Catalunya

Asunto: Informe y Memoria justificativos

Informe y Memoria justificativos sobre la necesidad, idoneidad y eficiencia de la contratación

1. Necesidades a satisfacer

La Dirección del Área promotora ha detectado la necesidad de realizar la contratación de referencia, de acuerdo con los motivos siguientes:

El servicio responde a la necesidad de promoción de programas formativos de la UOC y captación de leads en el mercado nacional, Cataluña y resto de España, en idioma de docencia catalán y castellano. Para ello, se requiere un servicio de promoción y optimización de las fichas de programas e institucionales de la UOC en un portal vertical de formación, que priorice tanto la calidad del lead como una experiencia de usuario excelente.

La presencia de la oferta formativa de la UOC en un portal vertical especializado permite dar visibilidad a los programas formativos entre un público que consulta este tipo de plataformas para conocer la oferta formativa disponible en sus áreas de interés, incrementando así el número de solicitudes de información y facilitando el acceso a un público cualificado e interesado en los servicios de la UOC.

Asimismo, la contratación permite reforzar la imagen de marca y el posicionamiento institucional de la UOC en determinadas áreas de conocimiento. La UOC también se beneficia de las acciones de posicionamiento orgánico natural y de las acciones de marketing desarrolladas por el propio portal vertical para atraer visitas a su página web y visualizar los programas ofrecidos, incluidos los de la UOC.

La empresa contratista deberá ofrecer una zona privada con datos de tráfico y leads indirectos generados desde el portal al sitio web de la UOC, que permita realizar una valoración completa del retorno de la inversión.

El servicio incluye todos los aspectos necesarios para su correcto funcionamiento, desde la operación ordinaria diaria hasta la definición de estrategias a medio plazo, pasando por la configuración e implementación de campañas, siempre de acuerdo con las directrices del Área de Marketing de la UOC.

2. Procedimiento de licitación, régimen jurídico y tramitación

Procedimiento de licitación

Dadas las características del 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. Asimismo, de acuerdo con su objeto y su valor estimado, se encuentra sujeto a regulación armonizada.

El contrato se califica como contrato de servicios, de conformidad con el artículo 17 de la LCSP, y se encuentra sometido a las disposiciones de la LCSP aplicables a los poderes adjudicadores que no tienen la condición de Administración Pública, en virtud de la disposición adicional octava y de los artículos 316 a 320 de la LCSP.

Tramitación

Ordinaria.

3. Objeto del contrato

El objeto de la presente contratación consiste en la prestación del **servicio de promoción de los programas formativos y captación de leads en portal vertical de formación del mercado nacional para la Universitat Oberta de Catalunya**.

El código CPV aplicable es el siguiente: 79342000-3 Servicios de marketing

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 la finalidad 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 relativo al **servicio de promoción de los programas formativos y captación de leads en portal vertical de formación del mercado nacional para la UOC**, y habiéndose constatado que la UOC no dispone de los medios personales y materiales necesarios para prestar directamente dicho servicio, 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:

- **Insuficiencia de medios personales:** el servicio requiere un grado de especialización y conocimiento de la gestión y acceso a las plataformas que solo tienen los propietarios o gestores de estas. La captación de leads a través de portales verticales de formación exige, además, experiencia específica en promoción de catálogos formativos, gestión de campañas, integración técnica de leads y seguimiento de indicadores de rendimiento.
- **Insuficiencia de medios materiales:** la plataforma y/o web donde se pretende publicar los programas de la UOC para su promoción en el mercado nacional son externas, al tratarse de directorios de programas y centros formativos titularidad de terceros. La UOC no dispone de dicha plataforma vertical externa ni de los medios materiales asociados a su tráfico, posicionamiento, formularios, paneles de seguimiento y herramientas propias de captación.

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. Divisi3n en lotes

Sobre la base de lo dispuesto en el art3culo 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 est3 configurado como una 3nica unidad funcional y estrat3gica. Atendiendo al considerando 78 de la Directiva 2014/24/UE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 26 de febrero de 2014, sobre contrataci3n p3blica, y al art3culo 99 de la LCSP, la divisi3n en lotes podr3 comportar que la ejecuci3n del contrato resultase excesivamente dif3cil y onerosa desde un punto de vista t3cnico y operativo.

En efecto, la presente licitaci3n no se divide en lotes dado que el objeto del contrato constituye una unidad funcional y estrat3gica indivisible, cuya fragmentaci3n comprometer3 la eficacia t3cnica del servicio. Debido al ajuste presupuestario actual en el 3rea de Marketing de la UOC, la inversi3n debe concentrarse en un portal vertical especializado para garantizar un umbral m3nimo de impacto, la visibilidad necesaria y la optimizaci3n del servicio; una subdivisi3n podr3 diluir el retorno de la inversi3n y comprometer la viabilidad econ3mica de la licitaci3n.

Asimismo, teniendo en cuenta que todo el servicio puede prestarse bajo un mismo contratista, resulta necesario garantizar la coherencia en la gesti3n de campa3as, el reajuste dinámico de objetivos, la recepci3n y validaci3n de leads y el seguimiento de resultados. La ejecuci3n por varios proveedores incrementar3 la carga administrativa y la complejidad operativa en la gesti3n de leads, tratamiento de la informaci3n, validaci3n de resultados y coordinaci3n de campa3as, pudiendo hacer el servicio excesivamente costoso y dif3cil de gestionar.

En definitiva, el objeto del presente contrato es 3nico y, por tanto, tambi3n lo ser3 su adjudicaci3n, que no podr3 dividirse en partes o lotes.

6. Duraci3n

La duraci3n del contrato se ha fijado teniendo en cuenta la naturaleza de las prestaciones, las caracter3sticas de su financiaci3n y la necesidad de someter peri3dicamente a concurrencia su realizaci3n, respetando en todo caso el l3mite al que se refiere el art3culo 29.4 de la LCSP.

El contrato tendr3 una duraci3n de **un (1) a3o desde la formalizaci3n del contrato** y se prev3n **cuatro (4) pr3rrogas de doce (12) meses cada una**, de forma que la duraci3n m3xima del contrato, incluidas sus pr3rrogas, ser3 de **cinco (5) a3os**.

El plazo para efectuar el preaviso de pr3rroga ser3 de **dos (2) meses** de antelaci3n a la finalizaci3n del plazo del contrato.

7. Presupuesto base de licitaci3n

Se entiende por presupuesto base de licitaci3n el l3mite m3ximo de gasto que en virtud del contrato puede comprometer el 3rgano de contrataci3n, incluido el Impuesto sobre el Valor A3adido, salvo disposici3n en contrario.

El presupuesto base de licitaci3n es de **113.740,00 euros, IVA incluido**, de acuerdo con el siguiente desglose:

Importe m3ximo, IVA excluido	IVA 21%	Importe m3ximo, IVA incluido
94.000,00 €	19.740,00 €	113.740,00 €

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 IVA excluido	IVA 21%	Importe IVA incluido
Costes directos	54,29%	51.032,60 €	10.716,85 €	61.749,45 €
Costes de estructura	38,14%	35.851,60 €	7.528,84 €	43.380,44 €
Beneficio industrial	7,57%	7.115,80 €	1.494,32 €	8.610,12 €
Total	100%	94.000,00 €	19.740,00 €	113.740,00 €

La fuente utilizada para este desglose es el Banco de España.

El cálculo de los indicadores se ha realizado tomando como referencia el número de leads obtenidos en la campaña 2024.2 y la campaña 2025.1, en cada una de las líneas de producto promocionadas en portal vertical.

Los indicadores que se prevén alcanzar son los siguientes:

- Volumen estimado de leads anuales: **2.100 leads en España.**
- Calidad de los leads: mínimo **80% de leads útiles** —leads con posibilidad de matricularse en el semestre de campaña en curso— para España.
- Ratio de conversión de lead a matrícula: mínimo **1% para España.**

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 por parte del órgano de contratación de agotar importe alguno hasta el presupuesto de licitación indicado más arriba:

Concepto	Precio unitario máximo, IVA excluido	Previsiones	Precio total máximo, IVA excluido
Coste Por Lead (CPL) España	40,00 €	2.100	84.000,00 €
Servicios destacados (coste fijo/servicio)	500,00 €	12	6.000,00 €
Posiciones destacadas y prioritarias (precio unitario por curso/mes)	100,00 €	40	4.000,00 €
Total			94.000,00 €

Los precios unitarios máximos aplicables son los siguientes:

Concepto	Precio unitario máximo, IVA excluido	IVA 21%	Precio unitario máximo, IVA incluido
Coste Por Lead (CPL) España	40,00 €	8,40 €	48,40 €
Servicios destacados (coste fijo/servicio)	500,00 €	105,00 €	605,00 €
Posiciones destacadas y prioritarias (precio unitario por curso/mes)	100,00 €	21,00 €	121,00 €

Los volúmenes y costes son máximos y en ningún caso la UOC está obligada al consumo total del presupuesto asignado al servicio.

Tanto el precio del CPL como el de los servicios destacados o posiciones prioritarias se han determinado tomando como referencia los precios de mercado vigentes en el momento de redacción de los pliegos. Para asegurar la viabilidad económica durante toda la vigencia del contrato, se ha aplicado una actualización del 3% anual, en consonancia con la media del IPC de los últimos tres años. Esta valoración tiene como objetivo garantizar la atractividad de la licitación y fomentar la concurrencia de empresas del sector. Un precio inferior al de mercado podría penalizar el posicionamiento del servicio, dado que, en los directorios de educación, los precios más bajos pueden suponer una pérdida de prioridad frente a la competencia en las búsquedas.

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

Se hace constar que se dispone de crédito suficiente para atender las obligaciones económicas que se derivan para esta Universidad del cumplimiento del contrato objeto del presente procedimiento de contratación. Asimismo, se hace constar que la cantidad indicada en el presupuesto base de licitación es el límite máximo de gasto que, en virtud de esta licitación, podrá comprometer el órgano de contratación.

8. Valor estimado del contrato

Se entiende por valor estimado del contrato el importe total, sin incluir el Impuesto sobre el 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: 573.400,00 euros, IVA excluido, según el siguiente desglose:

Concepto	Importe, IVA excluido
Importe duración inicial del contrato —1 año—	94.000,00 €
Importe primera prórroga	94.000,00 €
Importe segunda prórroga	94.000,00 €
Importe tercera prórroga	94.000,00 €
Importe cuarta prórroga	94.000,00 €
Importe total duración inicial y prórrogas	470.000,00 €

Concepto	Importe, IVA excluido
Importe modificaciones contractuales	94.000,00 €
Importe variación unidades, artículo 309.1 LCSP	9.400,00 €
Total VEC	573.400,00 €

El cálculo se ha realizado tomando como referencia el número de leads obtenidos en la campaña 2024.2 y la campaña 2025.1, en cada una de las líneas de producto promocionadas en portal vertical, así como el presupuesto disponible para este canal y los precios actuales de mercado en el sector.

A la fecha de redacción de los pliegos, no se tiene conocimiento exacto del volumen de inversión que se realizará más allá de diciembre de 2026, ya que dependerá de cada campaña, de los objetivos y del presupuesto disponible para el Área de Marketing. Por tanto, los importes previstos constituyen aproximaciones a las inversiones que posiblemente se realicen, que podrán variar en función de los objetivos a alcanzar en cada campaña publicitaria, siempre sin superar los precios máximos fijados en el PCP ni los precios ofertados por el contratista seleccionado.

Asimismo, teniendo en cuenta que el precio se ha determinado mediante precios unitarios, no se consideran modificaciones las variaciones que durante la correcta ejecución de la prestación se produzcan exclusivamente en el número de unidades realmente ejecutadas sobre las previstas en el contrato, que podrán recogerse en la liquidación, siempre que estas variaciones no representen un incremento del gasto superior al 10% del precio del contrato, de conformidad con el artículo 309.1 de la LCSP.

Las causas de modificación previstas se vinculan al posible incremento de los objetivos de leads marcados por gerencia, que pueda provocar que las necesidades reales sean superiores a las estimadas inicialmente, así como al nacimiento de nuevas iniciativas y/o líneas de producto, desconocidas hasta el momento, en las que deba promoverse captación y que no puedan asumirse con los volúmenes estimados en el presupuesto base de licitación.

La modificación será proporcional a la causa que la origine, respetando el límite máximo indicado en el Pliego de Cláusulas Particulares.

9. Revisión de precios

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

- o Los licitadores deberán acreditar haber realizado un mínimo de **tres (3) trabajos desarrollados en los últimos tres (3) años** en prestaciones iguales o similares al objeto contractual en el sector universitario, y de importe anual igual o superior a **65.000,00 euros de volumen de negocio por cada uno de los tres trabajos requeridos**.

- A efectos de determinar si los trabajos son iguales o similares al objeto contractual, se atenderá a los tres primeros dígitos del código CPV y a la vinculación material con el objeto del contrato.
 - Se justifica la necesidad de acreditar experiencia en el sector universitario debido a la singularidad del proceso de captación de alumnos, que requiere un tratamiento de la información y una segmentación de audiencias significativamente distinta a la de otros sectores comerciales. La idoneidad de la prestación solo puede garantizarse si el adjudicatario demuestra haber gestionado con éxito la promoción de catálogos formativos complejos y la generación de leads de alta cualificación para instituciones de educación superior, asegurando así la eficacia de la inversión y el respeto a la imagen institucional de la UOC en el mercado nacional.
 - Asimismo, teniendo en cuenta que la UOC dispone actualmente de un presupuesto aprobado para 2026 aproximado a 67.000,00 euros para CPL, se requiere que el contratista haya gestionado servicios por un volumen de negocio equivalente o similar para garantizar la calidad final del servicio.
 - Estos trabajos se acreditarán 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 este. A falta de certificados, podrán acreditarse mediante una declaración responsable del empresario, que deberá ir acompañada de los documentos obrantes en su poder que acrediten la realización de la prestación.
- Adicionalmente, se exige la acreditación de que la empresa cuenta, para ejecutar el contrato, con los siguientes perfiles de personal o número de efectivos de un perfil determinado o experiencia, en las siguientes condiciones:
- Un/a (1) gestor/a de cuentas y analista de campaña, que disponga de una experiencia mínima de tres (3) años en los últimos tres (3) años desarrollando funciones similares a las indicadas en el apartado 9 del Pliego de Prescripciones Técnicas.
 - Un/a (1) técnico/a para gestionar las integraciones de leads con el CRM de la UOC, que disponga de una experiencia mínima de tres (3) años en los últimos tres (3) años desarrollando funciones similares a las indicadas en el apartado 9 del Pliego de Prescripciones Técnicas.
 - Dos (2) gestores/as de contenidos, que dispongan de una experiencia mínima de tres (3) años en los últimos tres (3) años desarrollando funciones similares a las indicadas en el apartado 9 del Pliego de Prescripciones Técnicas.
 - Estos perfiles deberán desarrollarse por profesionales diferenciados, debido al expertise técnico de cada uno, con la finalidad de garantizar la operatividad, excelencia y calidad final del servicio, minimizando el riesgo de error humano.
 - Se ha considerado necesario, para la correcta ejecución de las tareas objeto del contrato, que el licitador acredite que cuenta con profesionales con la cualificación y experiencia anteriormente referidas, de conformidad con lo previsto en las letras b) y e) del artículo 90.1 de la LCSP.

- Asimismo, se requiere una declaración indicando la maquinaria, el material y el equipo técnico del que se dispondrá para la ejecución de los servicios, a la que se adjuntará la documentación pertinente cuando sea requerido por los servicios dependientes del órgano de contratación. En concreto, la empresa contratista deberá disponer de los siguientes medios técnicos:
 - En lo que respecta al hardware: ordenadores y conexión a Internet.
 - En relación con el software:
 - Herramientas básicas de ofimática: Word, Excel, PowerPoint, PDF u otras equivalentes.
 - Paquete de edición gráfica y maquetación, preferiblemente entorno Adobe.
 - Uso de otras herramientas en línea como Google Analytics.
 - Portal que disponga de más de 2 millones de sesiones/visitas en una campaña de seis (6) meses, debiendo aportar captura de pantalla.
 - Portal que ofrezca la opción de consulta de la oferta de programas tanto en catalán como en castellano, debiendo aportar captura de pantalla.
 - Panel propio de seguimiento de resultados, debiendo aportar captura de pantalla.
 - La exigencia relativa al volumen mínimo de tráfico del portal se justifica en que el contratista debe disponer de un volumen suficiente de tráfico como para que la conversión a lead potencial sea significativa para los volúmenes y dimensión de la UOC, teniendo en cuenta que en la primera campaña anual de la UOC —que se desarrolla aproximadamente de abril a octubre— se alcanzan volúmenes superiores a 2 millones de visitas a la web de la UOC.
 - La exigencia relativa a la disponibilidad de consulta de la oferta de programas tanto en catalán como en castellano se justifica en que el objeto del contrato requiere la promoción de programas formativos de la UOC en idioma de docencia catalán y castellano, por lo que resulta imprescindible que los usuarios puedan consultar la oferta en ambos idiomas.
- **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 (3) últimos disponibles en función de las fechas de constitución o de inicio de actividades del empresario y de presentación de las ofertas, que acredite un volumen anual de negocio igual o superior a **573.400,00 euros**, correspondiente al valor estimado del contrato.
 - Este importe no es superior a una vez 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 indebidamente la concurrencia.
 - Alternativamente, aportación de resguardo de tener constituido seguro de responsabilidad por riesgos profesionales por valor mínimo de **573.400,00 euros**, correspondiente al valor estimado del contrato. Asimismo, el propuesto como adjudicatario deberá aportar documento de compromiso vinculante de suscripción, prórroga o renovación del seguro en aquellos casos en que proceda.

- Este mecanismo alternativo de acreditación de la solvencia económica y financiera se encuentra previsto en el artículo 87.1.b) de la LCSP y resulta apropiado y proporcional, atendida la naturaleza del objeto del contrato y la necesidad de favorecer la concurrencia.

En caso de que la empresa licitadora recurra a las capacidades de otras entidades en lo relativo a los criterios de solvencia económica y financiera, se exigirá responsabilidad solidaria entre la empresa licitadora y las entidades a las que recurra.

11. Clasificación empresarial

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

No se exige habilitación empresarial o profesional específica para la realización del objeto del contrato.

12. Adscripción de medios personales o materiales

No se exige compromiso específico de adscribir o destinar a la ejecución del contrato medios personales o materiales adicionales a los requisitos de solvencia técnica o profesional establecidos en el Pliego de Cláusulas Particulares.

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 sobre la base de la mejor relación calidad-precio, con la finalidad de obtener un servicio de gran calidad que responda el mejor posible a las necesidades que se pretenden contratar.

Criterios de adjudicación evaluables a partir de juicios de valor

No se prevén criterios de adjudicación evaluables mediante juicio de valor.

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 métodos de valoración:

Criterio de adjudicación evaluable mediante fórmula	Puntos	Fórmula / método de valoración	Justificación
Coste Por Lead (CPL) España	50	Se otorgará la máxima puntuación a la oferta más económica y, al resto de licitadores, proporcionalmente mediante la fórmula proporcional inversa prevista en el PCP.	Es necesario establecer este criterio en observancia del principio de utilización racional y eficiente de los recursos.
Servicios destacados (coste fijo/servicio)	15	Se otorgará la máxima puntuación a la oferta más económica y, al resto de	Permite valorar la eficiencia económica de una prestación vinculada

Criterio de adjudicación evaluable mediante fórmula	Puntos	Fórmula / método de valoración	Justificación
		licitadores, proporcionalmente mediante la fórmula proporcional inversa prevista en el PCP.	directamente a la visibilidad y posicionamiento de la oferta formativa de la UOC.
Posiciones destacadas y prioritarias (precio unitario por curso/mes)	15	Se otorgará la máxima puntuación a la oferta más económica y, al resto de licitadores, proporcionalmente mediante la fórmula proporcional inversa prevista en el PCP.	Permite optimizar el coste de las posiciones de mayor visibilidad, contribuyendo a la eficiencia del gasto y al retorno de la inversión.
Tecnología de seguimiento de tráfico derivado que permita identificar y reportar mensualmente en la zona privada las visitas cualificadas enviadas directamente desde las fichas de los programas al ecosistema web de la UOC	10	10 puntos si en el Anexo 1 responde "Sí", declara la tecnología concreta de seguimiento de tráfico derivado y aporta la correspondiente acreditación. 0 puntos si responde "No", o responde "Si" pero no declara la tecnología concreta o no aporta acreditación suficiente.	Este criterio permite valorar una funcionalidad directamente vinculada al seguimiento del rendimiento del servicio y a la valoración del retorno de la inversión.
Compromiso de reducción del plazo en dos (2) días laborables sobre el plazo indicado en el apartado 14 del PPT —ANS—, relativo a la actualización de las páginas de aterrizaje individuales de cada programa cuando sea solicitada por la UOC	5	5 puntos si en el Anexo 1 responde "Sí". 0 puntos si responde "No".	Este criterio permite mejorar la agilidad en la actualización de contenidos, aspecto relevante para asegurar que la información publicada se ajuste al portafolio y calendario de campañas de la UOC.
Disponibilidad en el portal propio de un apartado de recursos al futuro estudiante, de acceso abierto y digital, para acompañar y orientar en el proceso de consulta	5	5 puntos si en el Anexo 1 responde "Sí" y lo acredita con captura de pantalla de su web y descripción del recurso concreto. 0 puntos si responde "No" o no aporta acreditación suficiente.	Este criterio contribuye a mejorar la experiencia de usuario y la orientación del potencial estudiante, favoreciendo una captación de leads de mayor calidad.
Total	100		

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 utilice una pluralidad de criterios de adjudicación, en su determinación se dará preponderancia, siempre que

sea posible, 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.

Finalmente, los criterios de adjudicación se encuentran vinculados al objeto del contrato y se han fijado de manera objetiva y con respeto a los principios de igualdad, no discriminación, transparencia y proporcionalidad, permitiendo que las ofertas puedan ser evaluadas en condiciones de competencia efectiva, tal 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 esta 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): perspectiva de género y lenguaje no sexista.**

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

- **Lingüísticas.**

La empresa contratista debe utilizar el catalán en las relaciones con la UOC derivadas de la ejecución del objeto del contrato. Asimismo, utilizará al menos el catalán en las comunicaciones de todo tipo que se deriven de la ejecución de las prestaciones objeto del contrato. En cualquier caso, el adjudicatario queda sujeto en la ejecución del contrato a las obligaciones derivadas de la Ley 1/1998, de 7 de enero, de política lingüística, y de las disposiciones que la desarrollan.

- **En materia de protección de datos.**

La empresa contratista deberá 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 vigente en cada momento, y cumplir aquellas previstas en la cláusula 38 y en el Anexo número 11 del Pliego de Cláusulas Particulares. Esta condición especial de ejecución tiene carácter de obligación contractual esencial a efectos de lo dispuesto en el artículo 211 de la LCSP.

- **En materia de coordinación empresarial.**

Dado que el contrato puede implicar presencia física de personal del contratista en instalaciones de la UOC, la empresa contratista deberá dar cumplimiento a las obligaciones en materia de coordinación empresarial en los términos fijados en la cláusula 36 del Pliego de Cláusulas Particulares y en la normativa sectorial aplicable, tanto en el momento previo a la formalización del contrato como durante toda su duración. Esta condición especial de ejecución tiene carácter de obligación contractual esencial a efectos de lo dispuesto en el artículo 211 de la LCSP.

- **Desconexión digital y conciliación:**

El contratista deberá respetar la normativa aplicable en materia de jornada, descansos, conciliación y desconexión digital de las personas trabajadoras asignadas al contrato. La organización de actividades fuera de la franja ordinaria de servicio solo podrá realizarse cuando resulte necesaria para el correcto desarrollo del trabajo de campo o para la disponibilidad de los participantes, respetando en todo caso la normativa laboral aplicable.

- **Estabilidad del equipo de trabajo:**

El contratista deberá procurar la continuidad del Gestor de cuentas (y analista), el técnico de integraciones y el gestor de contenidos adscritos al contrato durante su vigencia. Cualquier sustitución deberá estar justificada por razones organizativas, laborales, profesionales o de fuerza mayor, y deberá comunicarse previamente a la UOC, garantizando en todo caso la sustitución por perfiles con cualificación y experiencia equivalentes.

- **Condiciones especiales relativas a seguros de responsabilidad civil.**

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: **573.400,00 euros.**
- Sublímite mínimo por siniestro/víctima: **573.400,00 euros.**

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, al haberse 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 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 materia de subcontratación resulta de aplicación lo previsto en el artículo 215 de la LCSP. De conformidad con el artículo 215.2.e) de la LCSP, en los contratos de servicios los órganos de contratación pueden establecer en los pliegos que determinadas tareas críticas no puedan ser objeto de subcontratación, debiendo ser estas ejecutadas directamente por el contratista

principal. La determinación de dichas tareas críticas debe ser objeto de justificación en el expediente de contratación.

En el caso que nos ocupa, se limita la subcontratación respecto de las siguientes tareas críticas, que deberán ser ejecutadas necesariamente y directamente por el contratista principal:

- **Interlocución y atención a la UOC.**

La limitación de la subcontratación se fundamenta en que la relación e interlocución de la empresa con la UOC incluye un seguimiento continuado de la campaña que implica el tratamiento de información confidencial, tales como la estrategia de la campaña de marketing de captación de la universidad, cifras de inversión y otra información estratégica.

Por ello, resulta imprescindible que esta tarea sea ejecutada únicamente por la empresa adjudicataria y no por una empresa subcontratada. La eventual subcontratación de la tarea crítica definida 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.

El incumplimiento de las condiciones para proceder a la subcontratación podrá comportar la resolución del contrato en los términos previstos en el Pliego de Cláusulas Particulares.

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 como 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. Dado que el precio del contrato se formula en función de precios unitarios, el importe se fija atendiendo al presupuesto base de licitación, IVA excluido, por lo que la garantía definitiva ascenderá a **4.700,00 euros**.

No se exige garantía complementaria.

Firma,

Sílvia Soler Garcia

Directora del Área de Marketing de la Universitat Oberta de Catalunya