

## MEMÒRIA JUSTIFICATIVA

**Número d'expedient: 25-26.LC.046**

**Títol de l'expedient:** "Servei de planificació, gestió i optimització de campanyes de publicitat digital".

**Òrgan de contractació:** Director General de la Fundació Universitat de Girona: Innovació i Formació (FUdGIF).

**Àrea promotora:** Àrea de comunicació

**Responsable del contracte:** Anna Maria Cerdà Tomàs

### 1. Objecte i necessitat

L'objecte del contracte és la prestació d'un servei tècnic especialitzat per a la planificació, gestió i optimització de campanyes de màrqueting digital orientades a la promoció de l'oferta formativa.

Aquest servei comprendrà, entre d'altres:

- Definició d'estratègies i segmentació de públics
- Creació i configuració de campanyes a plataformes digitals
- Optimització contínua basada en resultats
- Elaboració d'informes i propostes de millora

El contracte **no inclou la compra d'espais publicitaris** ni el pagament a plataformes (Google Ads), que serà assumit directament per la Fundació, amb control íntegre de la inversió i aprofitament de les seves condicions específiques com a entitat formativa.

La necessitat és de caràcter recurrent i estructural, vinculada a la captació d'alumnat a través de canals digitals. El volum del servei és variable en funció dels programes actius, les accions de promoció i el rendiment de les campanyes.

**CPV: 79341000-6 Serveis de Publicitat**

### 2. Objectius del contracte.

El present contracte té com a finalitat reforçar de manera significativa la capacitat de la Fundació per captar alumnat i posicionar la seva oferta formativa en l'entorn digital, mitjançant l'ús eficient i estratègic de les eines de publicitat en línia.

En primer lloc, es busca incrementar la captació d'alumnat mitjançant la definició i execució de campanyes digitals orientades a públics específics, amb criteris de

segmentació ajustats als diferents programes formatius i a les necessitats del mercat.

Així mateix, un dels objectius essencials és optimitzar l'eficiència de la inversió publicitària. Aquest objectiu implica no només millorar els resultats obtinguts, sinó també assegurar que cada euro invertit generi el màxim retorn possible, mitjançant processos continus d'anàlisi, ajust i millora de les campanyes.

D'altra banda, el contracte pretén augmentar la visibilitat digital de la Fundació, contribuint a consolidar la seva presència en els canals en línia i a posicionar adequadament la seva oferta formativa davant dels seus públics objectiu.

Finalment, es considera fonamental disposar d'informació analítica fiable i estructurada que permeti fer un seguiment rigorós de les accions realitzades i faciliti la presa de decisions basada en dades, alineada amb els objectius estratègics de la Fundació.

### **3. Tipus de contracte i règim jurídic**

El contracte es configura com a contracte de serveis d'acord amb la Llei 9/2017, de Contractes del Sector Públic.

El règim jurídic aplicable és el corresponent als poders adjudicadors que no tenen la condició d'administració pública (PANAP), amb aplicació dels principis de publicitat, concurrència, transparència i no discriminació.

### **4. Procediment d'adjudicació**

Es proposa la tramitació mitjançant procediment obert simplificat, adequat a l'import i la naturalesa del contracte, per garantir concurrència i selecció de l'oferta amb millor relació qualitat-preu

### **5. Pressupost base de licitació (PBL)**

El pressupost base de licitació s'ha determinat a partir de l'anàlisi de la despesa efectivament executada en exercicis anteriors, així com de la previsió d'activitat futura en relació amb les necessitats de promoció digital de la Fundació.

Es fixa un pressupost base de licitació de **6.000,00 € anuals (IVA exclòs)**. Aquest import s'ha determinat a partir de l'anàlisi de la despesa d'exercicis anteriors (7.599 € el 24-25 i una previsió de 8.555 € per al 25-26), amb l'objectiu clar de **reduir la ràtio de despesa de gestió**, que actualment se situa entre el 60% i el 70% de la inversió real en anuncis. L'import es configura com un límit màxim de despesa basat en un **model de retribució mixta** (quota fixa + variable), sense obligació de consum mínim.

Cal indicar que aquest import té caràcter estimatiu, atesa la naturalesa del contracte, que depèn de factors variables com el nombre de programes formatius objecte de promoció, la intensitat de les campanyes i els resultats obtinguts.

En conseqüència, el pressupost es configura com un límit màxim de despesa, sense que existeixi obligació de consum per part de la Fundació, d'acord amb les necessitats reals que es produeixin durant la vigència del contracte.

El model econòmic incorpora límits màxims en la quota fixa i en el component variable, així com un límit màxim anual de despesa, amb la finalitat de garantir el control econòmic i l'eficiència en la utilització dels recursos.

## **6. Valor estimat del contracte (VEC)**

El valor estimat del contracte es determina d'acord amb el que estableix la normativa de contractació pública, tenint en compte la durada prevista del contracte i les possibles pròrrogues.

En aquest cas, s'estableix una durada inicial de dos anys, amb la possibilitat de pròrroga fins a un màxim de dos anys addicionals. A efectes de càlcul del valor estimat, es considera el conjunt de la durada potencial del contracte.

El valor estimat del contracte s'estableix en **24.000,00 € (IVA exclòs)**, calculat sobre la durada inicial de dos anys i dues possibles pròrrogues anuals (4 anys en total x 6.000 €/any).

Aquest import té caràcter estimatiu i representa el màxim valor econòmic potencial del contracte, sense que impliqui cap obligació de despesa efectiva per part de la Fundació, atesa la naturalesa variable del servei, que dependrà de les necessitats reals que es produeixin durant la seva execució.

El càlcul del valor estimat s'ha efectuat amb la finalitat de determinar el procediment d'adjudicació aplicable i assegurar el correcte compliment dels principis de transparència i planificació econòmica.

## **7. Durada del contracte**

La durada del contracte es fixa en un període inicial de dos anys, considerat adequat per garantir una correcta implantació i desenvolupament del servei, així com per permetre una avaluació real dels resultats obtinguts.

Així mateix, es preveu la possibilitat de prorrogar el contracte per períodes anuals, fins a un màxim de dos anys addicionals, en funció de les necessitats de la Fundació i del correcte compliment de les prestacions per part del contractista.

D'aquesta manera, la durada màxima del contracte s'estableix en quatre anys, termini que es considera equilibrat atenent a la naturalesa del servei, que

requereix una certa continuïtat per garantir l'eficiència de les accions, però també mecanismes periòdics de revisió i adaptació.

## 8. Divisió en lots

No es preveu la divisió en lots, atès que les prestacions constitueixen una unitat funcional amb interdependències tècniques i estratègiques.

La separació en lots podria comprometre la coherència de l'estratègia digital i dificultar una gestió integral i eficient del servei.

## 9. Solvència

Pel que fa als requisits de solvència, es considera necessari establir unes exigències proporcionades a la naturalesa i complexitat del contracte, amb l'objectiu de garantir que les empreses licitadores disposin de la capacitat suficient per prestar el servei amb garanties de qualitat i eficàcia.

En relació amb la solvència econòmica i financera, es requerirà que el licitador acrediti un volum de negoci adequat en relació amb l'import del contracte, de manera que es garanteixi la seva capacitat per assumir l'execució del servei durant tota la vigència contractual.

Pel que fa a la solvència tècnica o professional, es demanarà l'acreditació d'experiència prèvia en la prestació de serveis similars, especialment en la planificació, gestió i optimització de campanyes de publicitat digital, amb especial incidència en l'ús de plataformes com Google Ads.

Aquesta experiència haurà d'estar referida a actuacions realitzades en els darrers anys i haurà de permetre constatar la capacitat del licitador per desenvolupar serveis de característiques anàlogues a les del present contracte.

Els requisits de solvència es definiran de manera proporcionada, amb la finalitat de no restringir indegudament la concurrència, però assegurant alhora que els operadors econòmics disposin dels mitjans i coneixements necessaris per a una execució satisfactòria del contracte.

Els requisits concrets i els mitjans d'acreditació es determinaran en el corresponent plec de clàusules administratives particulars.

## 10. Criteris d'adjudicació

Per tal de garantir la millor relació qualitat-preu i assegurar una gestió proactiva de les campanyes, l'adjudicació es realitzarà mitjançant **criteris automàtics (100 punts)** que premiïn l'eficiència i el compromís tècnic:

- **A) Oferta econòmica (65 punts):** Es valorarà el **Cost Anual Comparable (CAC)**, que inclou tant la quota fixa com el component variable ofert, assegurant que la ràtio de gestió sigui competitiva.
- **B) Compromís d'optimització i qualitat (35 punts):** Per evitar una gestió passiva, es puntuaran els següents compromisos contractuals:
  - **Temps de resposta operativa (15 punts):** Es premiarà la capacitat d'implementar ajustos urgents (aturar campanyes o corregir anuncis) en un temps **inferior a 4 hores laborables**.
  - **Compromís d'optimització verificable (20 punts):** Es valoraran les ofertes que incorporin un major nivell d'activitat d'optimització respecte del mínim establert al Plec de Prescripcions Tècniques, que fixa l'obligació d'un nombre mínim d'accions d'optimització mensuals.

## 11. Condicions especials d'execució

Les condicions especials d'execució del contracte es definiran d'acord amb la naturalesa de les prestacions i amb la finalitat de garantir una correcta execució del servei, així com el compliment de la normativa aplicable durant tota la vigència del contracte.

En aquest sentit, es preveu exigir el compliment de la normativa vigent en matèria de protecció de dades personals, atesa la possible gestió d'informació vinculada a usuaris i potencials alumnes en el marc de les campanyes digitals. Aquest compliment haurà d'assegurar-se durant tota la vigència del contracte.

Igualment, s'establirà l'obligació de confidencialitat respecte de la informació a la qual pugui tenir accés el contractista en l'exercici de les seves funcions, especialment aquella relacionada amb l'estratègia de màrqueting, dades de rendiment i altra informació interna de la Fundació.

D'altra banda, es preveu el lliurament periòdic d'informes de seguiment de les campanyes, amb l'objectiu de garantir la traçabilitat de les actuacions realitzades i facilitar el control i l'avaluació del servei per part de la Fundació.

Aquestes condicions es consideren necessàries per assegurar una execució adequada del contracte, alineada amb els principis de responsabilitat, transparència i qualitat en la prestació del servei.

Es reforça l'obligació de lliurar un **informe mensual de rendiment** que inclogui dades de **ROAS i matrícules reals**. La validació de la factura mensual quedarà estrictament condicionada al lliurament d'aquest informe i a la realització de la reunió de seguiment corresponent, assegurant així el control sobre la tasca d'optimització realitzada

## 12. Impacte

El contracte contribuirà a reforçar la presència digital de la Fundació i a millorar la difusió de la seva oferta formativa. Així mateix, permetrà optimitzar els canals de captació i millorar la relació amb els potencials alumnes mitjançant estratègies digitals més eficients i orientades a resultats.

## 13. Conclusions

En atenció a tots els elements exposats en la present memòria, queda degudament acreditada la necessitat de disposar d'un servei extern especialitzat que permeti garantir una gestió eficient, continuada i tècnicament adequada de les campanyes de màrqueting digital de la Fundació, en coherència amb la seva activitat ordinària i els seus objectius de captació d'alumnat.

Així mateix, la contractació proposada es considera idònia per assegurar un ús eficient dels recursos disponibles, així com per millorar els resultats de les accions de promoció digital, en un entorn que requereix coneixement especialitzat i capacitat d'adaptació constant.

D'altra banda, el procediment d'adjudicació previst resulta adequat a la naturalesa i característiques del contracte, i permet garantir el respecte als principis de publicitat, concurrència, transparència i eficiència en la gestió dels recursos.

En conseqüència, es proposa la iniciació de l'expedient de contractació corresponent.

Girona a data de la signatura electrònica

**Responsable del contracte:** Anna Maria Cerdà Tomàs