

INFORME JUSTIFICATIVO DE LA NECESIDAD E IDONEIDAD DE ESTABLECER UN ACUERDO MARCO PARA LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS DE APOYO A LA COMUNICACIÓN DIGITAL DE FUNDACIÓ BARCELONA MOBILE WORLD CAPITAL FOUNDATION: CAMPAÑAS DE PAID MEDIA, ANALÍTICA Y ASESORAMIENTO; PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL Y EDICIÓN DE VIDEO CON MOTION GRAPHICS; Y DESARROLLO FRONT-END, UX/UI E INTERFACES DIGITALES WEB/APP

Exp. A/F202611/S

De acuerdo con lo dispuesto en el artículo 28 de la Ley 9/2017, de 9 de noviembre, de Contratos del Sector Público (en adelante, “**LCSP**”), se emite el presente informe justificativo del expediente.

El contenido del presente informe deberá, no obstante, interpretarse de forma coordinada con el resto de la documentación del expediente, y, en particular, con el Pliego de Prescripciones Técnicas (el “**PPT**”) y el Pliego de Cláusulas Administrativas Particulares (el “**PCAP**”), prevaleciendo en caso de discrepancia lo dispuesto en este documento respecto de la justificación de la necesidad del Acuerdo Marco.

ÍNDICE DE CONTENIDO

1. NATURALEZA Y EXTENSIÓN DE LAS NECESIDADES DETECTADAS QUE PRETENDEN CUBRIRSE CON EL ACUERDO MARCO Y JUSTIFICACIÓN DE LA SOLUCIÓN ESCOGIDA.....	3
1.1. Introducción	3
1.2. Departamento de Marketing y Comunicación de MWCcapital.....	3
1.3. Idoneidad del Acuerdo Marco	5
1.4. Imposibilidad de ejecución con medios propios.....	6
2. OBJETO Y NATURALEZA DEL ACUERDO MARCO.....	6
3. DIVISIÓN EN LOTES	7
3.1. LOTE 1 - CAMPAÑAS DE PAID MEDIA, ANALÍTICA Y ASESORAMIENTO.....	7
3.2. LOTE 2 – PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL Y EDICIÓN DE VIDEO CON MOTION GRAPHICS.....	8
3.3. LOTE 3 – DESARROLLO FRONT-END, UX/UI E INTERFACES DIGITALES WEB/APP	8
4. PROCEDIMIENTO DE ADJUDICACIÓN Y FORMA DE TRAMITACIÓN DEL EXPEDIENTE	9
5. PRESUPUESTO BASE DE LICITACIÓN	9
6. VALOR ESTIMADO DEL ACUERDO MARCO	10
6.1. LOTE 1 - CAMPAÑAS DE PAID MEDIA, ANALÍTICA Y ASESORAMIENTO.....	11
6.2. LOTE 2 – PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL Y EDICIÓN DE VIDEO CON MOTION GRPAHICS.....	12

6.3. LOTE 3 – DESARROLLO FRONT-END, UX/UI E INTERFACES DIGITALES WEB/APP	12
7. DURACIÓN Y PRÓRROGA DEL ACUERDO MARCO	13
7.1. PLAZO DE DURACIÓN DEL ACUERDO MARCO	13
7.2. PLAZO DE DURACIÓN DE LOS CONTRATOS BASADOS.....	14
8. CRITERIOS DE SOLVENCIA.....	14
8.1. SOLVENCIA ECONÓMICA Y FINANCIERA.....	14
8.2. SOLVENCIA TÉCNICA Y PROFESIONAL.....	16
9. CRITERIOS DE ADJUDICACIÓN DEL ACUERDO MARCO	18
9.1. LOTE 1 – CAMPAÑAS DE PAID MEDIA, ANALÍTICA Y ASESORAMIENTO	18
9.1.1. LOTE 1: Criterios cuya cuantificación dependen de la aplicación de juicio de valor (hasta un máximo de 50 puntos)	18
9.1.2. LOTE 1: Criterios de adjudicación objetivos o evaluables de forma automática (hasta un máximo de 50 puntos)	20
9.2. LOTE 2 – PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL Y EDICIÓN DE VIDEO CON MOTION GRAPHIC 21	
9.2.1. LOTE 2: Criterios cuya cuantificación dependen de la aplicación de juicios de valor (hasta un máximo de 50 puntos)	21
9.2.2. LOTE 2: Criterios de adjudicación objetivos o evaluables de forma automática (hasta un máximo de 50 puntos)	22
9.3. LOTE 3 – DESARROLLO FRONT-END, UX/UI E INTERFACES DIGITALES WEB/APP ..	24
9.3.1. LOTE 3: Criterios cuya cuantificación dependen de la aplicación de juicios de valor (hasta un máximo de 50 puntos)	24
9.3.2. LOTE 3: Criterios de adjudicación objetivos o evaluables de forma automática (hasta un máximo de 50 puntos)	25
10. CLASIFICACIÓN DE OFERTAS Y OPERADORES ECONÓMICOS HOMOLOGADOS.....	27
11. CRITERIOS DE VALORACIÓN PARA LA ADJUDICACIÓN DE LOS CONTRATOS BASADOS.....	27
12.1. CONTRATOS BASADOS DE VALOR ESTIMADO INFERIOR A 10.000 €:.....	27
12.2. CONTRATOS BASADOS DE VALOR ESTIMADO SUPERIOR A 15.000 €:.....	28
12. FACTURACIÓN	35
13. SUBCONTRATACIÓN.....	36
14. MESA DE CONTRATACIÓN	36

MEMORIA JUSTIFICATIVA

1. NATURALEZA Y EXTENSIÓN DE LAS NECESIDADES DETECTADAS QUE PRETENDEN CUBRIRSE CON EL ACUERDO MARCO Y JUSTIFICACIÓN DE LA SOLUCIÓN ESCOGIDA.

1.1. Introducción

Fundació Barcelona Mobile World Capital Foundation (en adelante, "**MWCapital**" o la "**Fundación**" indistintamente) es una organización público-privada creada en 2012 con la misión de impulsar el desarrollo del ecosistema digital y tecnológico, contribuir al posicionamiento internacional de Barcelona como referente en innovación y extender el legado del Mobile World Congress más allá de la celebración anual del evento.

La Fundación desarrolla iniciativas orientadas a la promoción del talento digital, la transferencia tecnológica, el emprendimiento, la innovación y la transformación digital de la sociedad, actuando como punto de conexión entre administraciones públicas, empresas, centros de investigación, universidades, startups y agentes del ecosistema tecnológico.

Entre sus principales ámbitos de actividad se encuentran programas e iniciativas como Talent Arena, 4YFN, BEAT Barcelona, Digital Talent, The Collider, Digital Future Society, Mobile Week y otras actuaciones vinculadas al impulso de la innovación y la economía digital.

Como consecuencia de dicha actividad, MWCapital desarrolla una estrategia de comunicación digital continuada, que incluye la planificación y ejecución de campañas, la generación de contenidos audiovisuales y la difusión en canales digitales propios y de terceros, generando un elevado volumen de activos y acciones comunicativas vinculadas tanto a su actividad institucional como a sus programas, proyectos y representantes.

1.2. Departamento de Marketing y Comunicación de MWCapital

La relevancia institucional de MWCapital y su condición de entidad impulsada por administraciones públicas y actores de referencia del ecosistema digital hacen especialmente necesario disponer de un departamento de Marketing y Comunicación encargado de definir, desplegar y salvaguardar la estrategia de comunicación y posicionamiento de marca de la Fundación, así como de garantizar la coherencia narrativa y visual de todos los proyectos, programas y eventos que ésta impulsa a lo largo del año.

La estrategia de comunicación de MWCcapital se sustenta en su misión fundacional focalizada en la promoción de la aceleración digital de la sociedad para mejorar la vida de las personas. Así, desde esta premisa, el área de Marketing y Comunicación trabaja con un enfoque de marca basado en los valores de transformación, creatividad, experiencia, cercanía y apertura, desarrollando acciones que refuerzan una visión “*human first*” en todas sus expresiones.

Con sede en Barcelona, MWCcapital genera impacto en el ecosistema tecnológico local e internacional a través de diferentes áreas estratégicas, entre las que destacan:

- Tech4Good: proyectos e iniciativas vinculadas a la sostenibilidad, el impacto social y los Objetivos de Desarrollo Sostenible (Agenda 2030).
- Digital Talent: programas de atracción, formación y retención de talento digital.
- Tech Transfer: iniciativas orientadas a trasladar la investigación *deep tech* al mercado, principalmente a través del programa The Collider.

Asimismo, MWCcapital trabaja también para maximizar el impacto del congreso MWC Barcelona durante todo el año, acercando la tecnología a la ciudadanía, a las empresas y a la industria, con una narrativa innovadora, experiencial y alineada con las transformaciones sociales impulsadas por la revolución digital.

Por todo ello, con el objetivo de dar visibilidad a toda esta actividad, el departamento de Marketing y Comunicación, en su actividad diaria, implementa un plan de comunicación y marketing 360° que combina acciones de relaciones públicas, gestión de redes sociales, email marketing, contenidos digitales y desarrollo web, entre otros, el cual se apoya en gran medida con proveedores externos altamente especializados.

Sin embargo, la progresiva consolidación de MWCcapital como actor de referencia dentro del ámbito tecnológico y digital evidencia la necesidad de reforzar las capacidades técnicas en diversas áreas críticas, cuya cobertura no resulta posible mediante los recursos internos actuales del departamento. En particular, se identifican las siguientes necesidades:

- Creación, analítica y asesoramiento de campañas de *paid media* para la optimización de su rendimiento mediante el seguimiento de métricas, definición de KPIs y asesoramiento estratégico.
- Producción audiovisual y edición de vídeo con *motion graphics* para la generación de piezas de contenido alineadas con el posicionamiento de marca y la narrativa de MWCcapital, mediante el uso de animaciones, textos, gráficos

en movimiento y otros recursos avanzados que permitan documentar, amplificar e inspirar sus proyectos y eventos.

- Desarrollo *front-end*, UX/UI e interfaces digitales web/app para la creación, mantenimiento y optimización de entornos digitales (*landings*, *microsites*, web apps, módulos web y elementos digitales complementarios) vinculados a proyectos, campañas, eventos e iniciativas de MWCapital.

1.3. Idoneidad del Acuerdo Marco

En atención al contexto descrito y a las necesidades identificadas, resulta necesario proceder a la tramitación de un acuerdo marco para la prestación de servicios de apoyo a la comunicación digital de MWCapital que permitan reforzar la capacidad operativa del área de Marketing y Comunicación en ámbitos técnicos de elevada especialización.

En la actualidad, dichas necesidades se cubren parcialmente mediante recursos internos y mediante la contratación puntual de proveedores externos. No obstante, el carácter recurrente de estas actuaciones, su creciente complejidad técnica y la necesidad de garantizar criterios homogéneos en su ejecución ponen de manifiesto la conveniencia de articular un sistema de contratación estable que asegure la continuidad, calidad y coherencia de los servicios requeridos.

En particular, se requiere la prestación de servicios especializados en materia de comunicación digital para la planificación, ejecución y optimización de campañas de *paid media*, incluyendo la definición de estrategias, seguimiento de indicadores y análisis de resultados; la producción de contenidos audiovisuales y edición de video con *motion graphic* orientados a su difusión en entornos digitales; y el desarrollo *front-end*, UX/UI e interfaces digitales web/app.

Las prestaciones se ejecutarán con la flexibilidad necesaria para adaptarse a las distintas necesidades operativas de la Fundación, tanto en su actividad ordinaria como en relación con proyectos y eventos, pudiendo requerir su ejecución en entornos presenciales o remotos en función de cada actuación.

En consecuencia, la formalización del presente Acuerdo Marco permite disponer de un servicio especializado, continuado y técnicamente adecuado, alineado con las necesidades reales de la organización, garantizando una respuesta ágil y eficiente contribuyendo a la correcta ejecución de las actuaciones de comunicación digital en los términos que se desarrollen en el PPT.

1.4. Imposibilidad de ejecución con medios propios

De conformidad con el artículo 28.2 de la LCSP, MWCcapital no dispone de medios personales ni materiales suficientes para ejecutar internamente las prestaciones objeto del Acuerdo Marco.

El departamento de Marketing y Comunicación de la Fundación desarrolla funciones de carácter fundamentalmente estratégico, de planificación y coordinación, no comprendiendo la ejecución material de prestaciones técnicas especializadas como las incluidas en el presente expediente.

En particular, las prestaciones objeto del contrato estructuradas en los distintos lotes previstos, requieren capacidades específicas en ámbitos diferenciados tales como la gestión de campañas de *paid media* y analítica y asesoramiento de sus resultados, la producción audiovisual y edición de video mediante técnicas de *motion graphics*, así como el desarrollo *front-end* y el diseño de experiencia de usuario e interfaces digitales para entornos web y aplicaciones. Estas actividades exigen la intervención de perfiles altamente cualificados, así como el uso de herramientas y recursos técnicos especializados inexistentes en la estructura interna de MWCcapital.

Asimismo, la naturaleza de los trabajos, basada en procesos iterativos y en la adaptación a distintos formatos, canales y necesidades, exige una dedicación técnica y una capacidad operativa que exceden las posibilidades actuales de los medios propios.

Cabe señalar, además, que MWCcapital recurre de forma habitual a proveedores externos especializados para cubrir este tipo de necesidades, lo que evidencia la insuficiencia estructural de medios propios para su prestación integral. Resulta, por tanto, necesario acudir a la contratación de proveedores especializados que garanticen una ejecución adecuada, continua y técnicamente solvente de los servicios.

La contratación proyectada responde a una necesidad real que no puede ser atendida con medios propios, resultando adecuada y proporcional para el cumplimiento de los fines de la Fundación y que permitirá reforzar la capacidad operativa del área de Marketing y Comunicación, asegurando la correcta ejecución técnica de las actuaciones conforme a criterios de eficiencia, eficacia y buena gestión.

2. OBJETO Y NATURALEZA DEL ACUERDO MARCO

El Acuerdo Marco al que se refiere este informe tiene por objeto la selección de profesionales o entidades especializadas en la creación de campañas de *paid media*,

analítica y asesoramiento, producción audiovisual, edición de video con *motion graphics* y desarrollo *front-end*, UX/UI e interfaces digitales web/app, así como el establecimiento del procedimiento de adjudicación de los contratos basados derivados del Acuerdo Marco.

Todos los términos de los contratos basados están totalmente establecidos en el Acuerdo Marco.

En ningún caso se podrá instrumentar la contratación de personal a través del Acuerdo Marco de servicios, de conformidad con el artículo 308 de la LCSP.

La naturaleza de este Acuerdo marco se corresponde con la de un contrato de servicios, al amparo de lo previsto en el artículo 17 de la LCSP.

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 MWCcapital como entidad del sector público que tiene la consideración de poder adjudicador no administración pública, la realización de estos servicios debe ser objeto de licitación al amparo de lo dispuesto en LCSP.

3. DIVISIÓN EN LOTES

NOTA: Los licitadores podrán presentar sus ofertas para uno, varios o la totalidad de los lotes establecidos en la presente licitación (LOTE 1, LOTE 2, LOTE 3).

La participación simultánea en múltiples lotes es plenamente compatible, sin que exista restricción alguna respecto al número máximo de lotes en los que un mismo licitador pueda presentar oferta. Asimismo, no se establece limitación en cuanto a la homologación de un mismo licitador para múltiples lotes, siempre que se cumplan los requisitos establecidos en el presente pliego.

En consonancia con las necesidades descritas más arriba, la prestación objeto del Acuerdo Marco se ha dividido en tres (3) lotes atendiendo a la naturaleza de los servicios a realizar:

3.1. LOTE 1 - Campañas de *paid media*, analítica y asesoramiento

El servicio objeto de este lote consiste en la creación, análisis, seguimiento y optimización de campañas de *paid media* de MWCcapital, así como en el asesoramiento estratégico para maximizar su rendimiento.

Clasificación CPV:

- 79340000-9 - “Servicios de publicidad y marketing”

3.2. LOTE 2 – Producción audiovisual y edición de video con *motion graphics*

Este servicio objeto de este lote incluye la grabación y producción de contenido audiovisual y la edición avanzada de contenidos audiovisuales mediante la incorporación de *motion graphics* y elementos gráficos animados capaces de reforzar el mensaje pretendido para proyectos, eventos e iniciativas de MWCcapital.

Abarca además el uso de herramientas de IA, el subtitulado en distintos idiomas y la presentación de piezas de hasta 2 minutos de acuerdo con el PPT.

Clasificación CPV:

- 92100000-2 - “Servicios de cine y video”
9211200-4 – “Producción de películas y videos de publicidad, propaganda e información”
- 92112000-9 – “Servicios de producción de películas y vídeos”
92113000-6 - “Servicios de edición de películas y vídeos”

3.3. LOTE 3 – Desarrollo *front-end*, UX/UI e interfaces digitales web/app

El servicio objeto de este lote incluye el diseño, desarrollo *front-end* y optimización de *landings*, *microsites*, módulos web, formularios e interfaces digitales vinculadas a proyectos, campañas, eventos e iniciativas de MWCcapital.

También podrá incluir *apps* o elementos digitales complementarios vinculados a una experiencia web, siempre de acuerdo con el alcance previsto en el PPT.

Clasificación CPV:

- 72420000-0 – “Servicios de desarrollo de Internet”
- 72421000-7 – “Servicios de desarrollo de aplicaciones cliente en Internet o intranet”
- 72212224-5 – “Servicios de desarrollo de software de edición de páginas web

4. PROCEDIMIENTO DE ADJUDICACIÓN Y FORMA DE TRAMITACIÓN DEL EXPEDIENTE

La naturaleza del Acuerdo Marco, sus características y su valor estimado comportan que se emplee el procedimiento de adjudicación abierto sujeto a regulación armonizada (art. 156 y siguientes de la LCSP); por lo que, de acuerdo con el artículo 318 de la LCSP se adjudicará conforme a los procedimientos establecidos en la Sección 2.ª del Capítulo I del Título I del Libro Segundo de la LCSP.

Corresponde a esta licitación la tramitación ordinaria (prevista en los art. 116 y siguientes de la LCSP), dado que no se advierten motivos excepcionales que precisen de una mayor celeridad.

En este tipo de procedimiento estará prohibida toda negociación de los términos del Acuerdo Marco con los licitadores.

5. PRESUPUESTO BASE DE LICITACIÓN

De conformidad con el artículo 100 de la LCSP, el presupuesto base de licitación no se establece como un importe global, dado que los servicios objeto del Acuerdo Marco se remunerarán en función de **precios unitarios** previstos y de las necesidades estimadas de la Fundación, garantizando transparencia y previsibilidad en los costes.

Dado que las prestaciones objeto del Acuerdo Marco se configuran mediante precios unitarios, el importe efectivo del mismo vendrá determinado por los contratos basados que se formalicen, en función de las realidades reales de MWCcapital, sin que exista obligación de agotar el presupuesto estimado.

Los precios unitarios establecidos en el presente Acuerdo Marco tendrán carácter de importe máximo, pudiendo los adjudicatarios mejorar dichos precios en los contratos basados, en los términos previstos en los pliegos.

A todos los efectos, se entenderá que las ofertas presentadas por los licitadores comprenden todos los gastos y los tributos, tasas y cánones que le sean de aplicación según las disposiciones vigentes, incluido el IVA, que figurará como partida independiente.

Las condiciones económicas ofertadas por los adjudicatarios del Acuerdo Marco serán vinculantes para la adjudicación de los contratos basados, no pudiendo en ningún caso superar los precios máximos establecidos, sin perjuicio de las mejoras que puedan ofertarse mediante una minoración de los mismos cuando así se prevea

6. VALOR ESTIMADO DEL ACUERDO MARCO

Al tratarse de un Acuerdo Marco, el Valor Estimado del Contrato (VEC) se refleja para determinar la publicidad correspondiente a su licitación.

El VEC del Acuerdo Marco sin IVA para la totalidad de la duración de este asciende a **TRESCIENTOS VEINTIÚN MIL EUROS (321.000,00.-€)**; esto es, incluyendo su duración inicial de un (1) año, dos (2) prórrogas de un (1) año adicional de duración cada una y considerando la ausencia de modificaciones.

El VEC del Acuerdo Marco es el importe total, sin incluir el Impuesto sobre el Valor Añadido, pagadero según sus estimaciones. Incluye, además de los costes derivados de la aplicación de las normativas laborales vigentes, otros costes que se deriven de la ejecución material de los servicios, los gastos generales de estructura y el beneficio industrial.

Así, y de conformidad con lo dispuesto en el apartado 5 del artículo 101 de la LCSP, el VEC se ha determinado tomando como referencia los precios de mercado aplicables a los servicios objeto del contrato, obtenidos mediante el correspondiente estudio de mercado, así como la experiencia acumulada por MWCcapital en la contratación y ejecución de proyectos de naturaleza y características similares en ejercicios anteriores. Para su cálculo se han considerado, asimismo, las necesidades previstas durante la vigencia del Acuerdo Marco y el volumen estimado de contratación asociado a las mismas.

Las actuaciones que se lleven a cabo durante la ejecución del Acuerdo Marco no podrán superar el VEC. Asimismo, MWCcapital en ningún caso se compromete a contratar un número determinado de servicios, ya que ello está sujeto a las necesidades específicas que vayan surgiendo en cada momento.

El VEC para cada lote, se indica a continuación:

Lote	VEC
LOTE 1	135.000,00.-€
LOTE 2	120.000,00.-€
LOTE 3	66.000,00.-€
TOTAL	321.000,00.- €

Y se justifica mediante el siguiente desglose:

6.1. LOTE 1 - Campañas de *paid media*, analítica y asesoramiento

El VEC del LOTE 1 es de **CIENTO TREINTA Y CINCO MIL EUROS (135.000,00.-€)**.

Los precios unitarios máximos se han establecido tomando como referencia los perfiles profesionales necesarios para la prestación del servicio y los precios de mercado habituales para servicios especializados de estrategia, gestión de campañas de *paid media*, analítica digital y consultoría.

Estos importes constituyen los precios unitarios máximos que no podrán ser superados por los licitadores en sus ofertas ni, en su caso, en los contratos basados.

ACCIÓN	CONCEPTO	IMPORTE
Gestión de campaña	Campaign Manager - Configuración y puesta en marcha de campañas; - Creación de estructuras de campañas, grupos de anuncios y audiencias; - Configuración de conversiones y objetivos; - Gestión de presupuestos y pujas; - Optimización continua del rendimiento; - Control de incidencias, elaboración de informes operativos - Seguimiento de KPIs y coordinación diaria con el cliente.	55.-€/hora
Estrategia	Senior Strategy Manager - Definición de la estrategia de medios; - Supervisión de la optimización de campañas; - Revisión de resultados, seguimiento y reuniones	65.-€/hora
Dirección y coordinación	Account Manager - Coordinación con responsables del cliente; - Supervisión del cumplimiento de los SLA y de los objetivos del contrato; - Participación en comités de seguimiento, si fueran requeridos; - Validación de cambios relevantes en la estrategia.	75.-€/hora

* El precio/hora es con IVA excluido.

6.2. LOTE 2 – Producción audiovisual y edición de video con *motion graphics*

El VEC del LOTE 2 es de **CIENTO VEINTE MIL EUROS (120.000,00.-€)**.

Los precios unitarios máximos se han establecido tomando como referencia los perfiles profesionales necesarios para la prestación del servicio y los precios de mercado habituales para servicios especializados de grabación, producción, postproducción, audio y música, en su caso.

Estos importes constituyen los precios unitarios máximos que no podrán ser superados por los licitadores en sus ofertas ni, en su caso, en los contratos basados.

ACCIÓN	CONCEPTO	IMPORTE
Grabación	Operador de cámara y equipo básico	100.-€/hora
Postproducción	Edición de vídeo con <i>motion graphics</i>	90 €.-€/hora
Postproducción	<i>Color grading</i>	100.-€/hora
Postproducción	Subtitulación	50.-€/hora
Postproducción	Edición y Postproducción avanzada con IA generativa	110€.-€/hora
Producción	Dirección de producción	75h.-€/hora
Producción	Producer	65€.-€/hora
Audio	<i>Voice over</i> con IA	100€.-€/minuto
Música	Música de librería*	150.-€/pieza

* El precio/hora es con IVA excluido.

**El precio final dependerá del uso, duración, territorio, medios de difusión y tipo de licencia.

6.3. LOTE 3 – Desarrollo *front-end*, UX/UI e interfaces digitales Web/App

El VEC del del LOTE 3 es de **SESENTA Y SEIS MIL EUROS (66.000,00.-€)**.

Los precios unitarios máximos se han establecido tomando como referencia los perfiles profesionales necesarios para la prestación del servicio y los precios de mercado habituales para servicios especializados de desarrollo *front-end*, diseño

UX/UI e interfaces digitales Web/App, en su caso.

Estos importes constituyen los precios unitarios máximos que no podrán ser superados por los licitadores en sus ofertas ni, en su caso, en los contratos basados.

CONCEPTO	IMPORTE
Dirección de proyecto	80.-€/hora
Diseño UX/UI	70.-€/hora
Maquetación y programación, configuración técnica e integraciones	75.-€/hora
Testing / QA	55.-€/hora
Data Entry	45.-€/hora

* El precio/hora es con IVA excluido.

7. DURACIÓN Y PRÓRROGA DEL ACUERDO MARCO

7.1. Plazo de duración del Acuerdo Marco

La duración inicial de cada lote del Acuerdo Marco será de **un (1) año** a partir del día siguiente a su formalización.

No obstante, cada uno de los lotes de este Acuerdo Marco, de manera independiente, podrá ser objeto de dos (2) prórrogas de un (1) año adicional de duración cada una, por mutuo acuerdo expreso de las partes, comunicándose la voluntad de prórroga antes de la fecha de su finalización.

Durante este período, MWCcapital contratará los servicios que precise a las empresas adjudicatarias del Acuerdo Marco y en los términos y condiciones fijados en los pliegos.

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

7.2. Plazo de duración de los contratos basados

Los contratos basados se adjudicarán según las necesidades de cada anualidad del Acuerdo Marco y su plazo de ejecución se definirá al solicitar los servicios.

Los contratos basados podrán tener una duración que se extienda más allá de la vigencia del Acuerdo Marco o de su prórroga, siempre que se hayan adjudicado antes de la fecha de vencimiento de este.

Sin embargo, no se permite la prórroga de los contratos basados.

8. 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 lo tanto, de los pliegos del procedimiento.

Las condiciones de solvencia deben cumplirse en la fecha límite de presentación de las ofertas y deben subsistir y acreditarse en el momento de la firma del Acuerdo Marco (art. 140.4 de la LCSP).

Todos los licitadores, ya sean nacionales o extranjeros, que deseen concurrir al presente procedimiento de licitación, deberán acreditar la solvencia que se detalla a continuación:

NOTA: Los requisitos que han de cumplir todos los licitadores, cuya concurrencia se declara, 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 PCAP.

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.

8.1. Solvencia económica y financiera

El criterio relativo a la solvencia económica y financiera permite verificar que el operador económico que resulte adjudicatario cuenta con una capacidad económica

suficiente y adecuada para asumir, con garantías de éxito, la correcta ejecución del contrato.

A tal efecto, y conforme a lo establecido en el artículo 87.1.a de la LCSP, se propone un determinado **volumen anual de negocios**, por considerarse ajustada al objeto del contrato y proporcional a este, referido al mejor de los últimos tres (3) ejercicios disponibles, en función de las fechas de constitución o de inicio de actividades del contratista; y, en concreto:

- **Lote 1 - Campañas de *paid media*, analítica y asesoramiento:** igual o superior a 67.500,00.-€.
- **Lote 2 - Producción audiovisual y edición de videos con *motion graphics*:** igual o superior a 60.000.-€.
- **Lote 3 – Desarrollo *front-end*, UZ/UI e interfaces digitales Web/App:** igual o superior a 33.000.-€.

Esta exigencia responde a la necesidad de garantizar que el adjudicatario dispone de una capacidad económico-financiera suficiente para asumir de forma continuada la prestación del servicio, incluyendo los recursos humanos, tecnológicos y organizativos necesarios para la correcta ejecución del contrato durante toda su vigencia.

Medios de acreditación para cada uno de los tres (3) lotes:

- Empresas inscritas en el Registro Mercantil u otro registro oficial: mediante la aportación de las cuentas anuales aprobadas y depositadas correspondientes a los tres (3) últimos ejercicios cerrados, ya sea en el Registro Mercantil o en el registro oficial en el que estén obligadas a inscribirse.
- Empresas no obligadas a la presentación de cuentas en registros oficiales: deberán aportar una declaración responsable al respecto, junto con las cuentas legalizadas o, en su defecto, firmadas por el representante legal.
- Empresarios individuales no inscritos en el Registro Mercantil: mediante la aportación de los libros de inventarios y cuentas anuales legalizados por el Registro Mercantil, o bien mediante las declaraciones del Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas (IRPF) correspondientes a los ejercicios en cuestión.

Alternativamente, se podrá acreditar el volumen de negocios mediante la presentación de un certificado expedido por la Agencia Estatal de Administración Tributaria (AEAT) relativo al importe neto de la cifra de negocios a efectos de la

gestión del Impuesto sobre Actividades Económicas (IAE), correspondiente a los ejercicios requeridos.

En caso de discrepancia entre los datos del certificado fiscal y las cuentas anuales u otra documentación presentada, MWCcapital podrá requerir aclaraciones o documentación adicional que permita verificar la consistencia de la cifra de negocio declarada.

Cuando el licitador pertenezca a un grupo empresarial, podrá acreditar el volumen de negocios de forma consolidada, conforme a lo previsto en el artículo 87.3 de la LCSP.

NOTA: En caso de que un licitador presente oferta para varios lotes, el volumen anual de negocios mínimo exigido será el correspondiente al lote de mayor valor estimado entre aquellos a los que presente oferta. Este criterio se aplica como medida proporcional y razonable para garantizar la concurrencia, sin menoscabo del cumplimiento de las obligaciones derivadas del contrato.

8.2. Solvencia técnica y profesional

La solvencia técnica o profesional de los empresarios se apreciará teniendo en cuenta sus conocimientos técnicos, eficacia, experiencia y fiabilidad en la materia objeto de contratación y, dentro de ésta, en relación directa con el objeto del contrato.

De conformidad con lo establecido en el artículo 90.1.a) de la LCSP, la solvencia técnica se acreditará mediante una **relación de los principales trabajos o servicios 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 empresario.

A estos efectos:

- Deberán acreditarse, al menos, dos (2) contratos ejecutados para entidades públicas o privadas (en el ámbito local, autonómico, estatal o internacional).
- Se considerarán de igual o similar naturaleza aquellos servicios cuyo contenido técnico esté vinculado, total o parcialmente, a campañas de *paid media*, analítica y asesoramiento, producción audiovisual y edición de videos con *motion graphics* y desarrollo *front-end*, UZ/UI e interfaces digitales Web/App en su caso, con independencia de la denominación concreta del contrato o del código CPV asignado.

- El importe anual acumulado correspondiente al año de mayor ejecución de los servicios acreditados deberá ser igual o superior al **60% del VEC de cada Lote**:
 - **Lote 1 - Campañas de *paid media*, analítica y asesoramiento**: igual o superior a 81.000 €.
 - **Lote 2 - Producción audiovisual y edición de videos con *motion graphics***: igual o superior a 72.000 €.
 - **Lote 3 – Desarrollo *front-end*, UZ/UI e interfaces digitales Web/App**: igual o superior a 39.600 €.

Medios de acreditación para cada uno de los tres (3) lotes:

- Operadores con experiencia previa: 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 servicios, las fechas en que fueron prestados y los correspondientes destinatarios.
- Empresas de nueva creación (en los términos del artículo 90.4 de la LCSP; esto es, con 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, debiendo acreditar una estructura organizativa suficiente y adecuada para la ejecución del contrato, con una plantilla mínima de cinco (5) personas trabajadoras. El órgano de administración, si lo considera necesario, podrá requerir un informe de la Tesorería General de la Seguridad Social sobre el número medio anual de personas trabajadoras.
- Los empresarios individuales o autónomos: Mediante la acreditación de servicios prestados para clientes individuales o pequeñas empresas, siempre que puedan justificarse mediante facturas o contratos o, a falta de estos, mediante una declaración acompañado de los documentos obrantes en poder del mismo que acrediten la realización de la prestación, incluyendo la descripción del trabajo, los importes de dichos servicios, las fechas en que fueron prestados y los correspondientes destinatarios.

9. CRITERIOS DE ADJUDICACIÓN DEL ACUERDO MARCO

NOTA: Los criterios de adjudicación previstos, así como su ponderación, fórmulas de valoración, criterios de desempate y parámetros para la identificación de ofertas presuntamente anormales, han sido validados jurídicamente por la Dirección Legal, constatándose su adecuación a los artículos 145, 146, 147 y 149 de la LCSP, su vinculación directa con el objeto del contrato, su carácter objetivo, proporcional y no discriminatorio, y su coherencia con el procedimiento de adjudicación elegido.

La selección de la oferta más ventajosa para cada lote se determinará teniendo en cuenta la mejor relación calidad-precio con el objetivo de obtener ofertas de gran calidad, en aplicación de los criterios definidos de la LCSP y de la normativa municipal en materia de contratación.

NOTA: Cada lote será evaluado de forma independiente, y la adjudicación de un lote no condicionará la adjudicación de los demás.

La puntuación máxima para todos los criterios de adjudicación de cada lote, tanto evaluables mediante juicio de valor y evaluables automáticamente, es de **100 puntos**.

NOTA: En virtud del artículo 99.4 de la LCSP, los acuerdos marco son procedimientos que permiten establecer las condiciones de contratos futuros, y las adjudicaciones dentro del marco pueden realizarse mediante procedimientos con criterios no exclusivamente económicos. Por lo tanto, el objetivo inicial de esta licitación es fijar criterios técnicos y condiciones de calidad sin incluir una oferta económica inmediata, ya que los precios se determinarán en contratos específicos posteriores basados en el Acuerdo Marco y, en consecuencia, de entre los criterios de adjudicación de cada uno de los lotes no se contempla la fórmula de una mejora en los precios unitarios presupuestados sino otros criterios que permitan valorar igualmente la mejor relación calidad-precio.

9.1. LOTE 1 – CAMPAÑAS DE PAID MEDIA, ANALÍTICA Y ASESORAMIENTO

9.1.1. LOTE 1: Criterios cuya cuantificación dependen de la aplicación de juicio de valor (hasta un máximo de 50 puntos)

NOTA: De conformidad con el artículo 146.3 Ley de Contratos, se establece un umbral mínimo de calidad técnica fijado en un 50% de la puntuación en base a los criterios de adjudicación ponderable en función de un juicio de valor. Por lo tanto, **aquellas ofertas que no alcancen los 25 puntos en dichos criterios serán excluidas** (en este sentido, ver el art. 19.3 del PCAP)

Para la valoración técnica del Lote 1 se tendrá en cuenta la experiencia demostrable en proyectos de planificación, ejecución, seguimiento, optimización y análisis de

campañas de *paid media* en canales digitales, así como la capacidad para prestar servicios de asesoramiento estratégico en marketing digital orientado a resultados.

Cada licitador deberá aportar su *portfolio* profesional con la relación de campañas y proyectos realizados, que incluya, como mínimo, la relación de clientes, los objetivos de cada campaña y los resultados obtenidos.

La puntuación se otorgará en base a lo siguiente:

- **Experiencia en campañas de *paid media* en diferentes canales digitales (hasta 20 puntos)**

Se valorará la experiencia acreditada en la planificación, configuración, ejecución y optimización de campañas en plataformas como LinkedIn Ads, Meta Ads, Google Ads, YouTube, TikTok, X u otras plataformas digitales relevantes.

La puntuación se determinará en función de:

- Número de proyectos realizados (**hasta 10 puntos**)
- Complejidad y alcance de los proyectos (**hasta 7 puntos**)
- Relevancia e impacto de los proyectos (**hasta 3 puntos**)

- **Experiencia laboral con entidades, proyectos o sectores directamente relacionados con la naturaleza de MWCcapital (hasta 20 puntos)**

Se valorará especialmente la experiencia acreditada en campañas para instituciones, fundaciones, entidades público-privadas, administraciones públicas, proyectos tecnológicos, innovación, emprendimiento, talento digital, eventos profesionales o iniciativas de impacto social en áreas directamente relacionadas con MWCcapital.

La puntuación se determinará en función de:

- Número de proyectos realizados (**hasta 10 puntos**)
- Complejidad y alcance de los proyectos (**hasta 7 puntos**)
- Relevancia e impacto de los proyectos (**hasta 3 puntos**)

- **Capacidad analítica, *reporting* y orientación a resultados (hasta 10 puntos)**

A partir de los proyectos presentados, se valorará la capacidad para definir KPIs, interpretar datos, generar informes de seguimiento, proponer

optimizaciones, extraer *insights* y formular recomendaciones aplicables a futuras campañas.

9.1.2. LOTE 1: Criterios de adjudicación objetivos o evaluables de forma automática (hasta un máximo de 50 puntos)

- **Reducción del plazo de respuesta a la consulta de contrato basado** (hasta 15 puntos)

Se puntuará en función del compromiso del licitador con la reducción del plazo de respuesta con oferta detallada a la consulta de contrato basado estándar establecido en el apartado 11.1.

Las puntuaciones se asignarán de la siguiente manera:

- Respuesta en 1 día hábil desde la consulta de contrato basado **(15 puntos)**
 - Respuesta en 2 días hábiles desde la consulta de contrato basado **(0 puntos)**
- **Reducción del plazo de entrega de la estrategia y planificación de campaña** (hasta 20 puntos)

Se puntuará en función del compromiso del licitador con la reducción del plazo de entrega de la estrategia y planificación de cada campaña establecido en el PPT, a contar desde la aprobación del *brief* por parte de MWCcapital

Las puntuaciones se asignarán de la siguiente manera:

- Entrega en 2 días hábiles o menos **(20 puntos)**
 - Entrega en 3 días hábiles o menos **(10 puntos)**
 - Entrega en 4 días hábiles o menos: **(5 puntos)**
 - Entrega en 5 días hábiles (plazo base) **(0 puntos)**
- **Reducción del tiempo de respuesta ante incidencia en campaña activa** (hasta 15 puntos)

Sobre el plazo base de un (1) día hábil fijado con carácter obligatorio en el PPT, se valorará el compromiso de tiempo de reacción ante una incidencia en una campaña en curso, entendida como caída de la campaña, error de seguimiento (*tracking*), desviación del gasto sobre lo pautado o rechazo de anuncios por la

plataforma, a contar desde la notificación de la incidencia por parte de MWCcapital:

- Reacción en 2 horas hábiles o menos **(15 puntos)**
- Reacción en 4 horas hábiles **(10 puntos)**
- Reacción en 6 horas hábiles **(5 puntos)**
- Reacción en 12 horas hábiles **(2,5 puntos)**
- Reacción en 1 día hábil o más (plazo base) **(0 puntos)**

9.2. LOTE 2 – PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL Y EDICIÓN DE VIDEO CON MOTION GRAPHIC

9.2.1. LOTE 2: Criterios cuya cuantificación dependen de la aplicación de juicios de valor (hasta un máximo de 50 puntos)

NOTA: De conformidad con el artículo 146.3 Ley de Contratos, se establece un umbral mínimo de calidad técnica fijado en un 50% de la puntuación en base a los criterios de adjudicación ponderable en función de un juicio de valor. Por lo tanto, **aquellas ofertas que no alcancen los 25 puntos en dichos criterios serán excluidas** (en este sentido, ver el art. 19.3 del pliego de cláusulas particulares)

Para la valoración técnica del Lote 2 se tendrá en cuenta la capacidad de los licitadores para producir piezas audiovisuales de calidad, adaptadas a los objetivos de comunicación de MWCcapital y alineadas con su identidad visual y narrativa.

Se valorará especialmente la experiencia demostrable en producción audiovisual, edición de vídeo, integración de *motion graphics*, adaptación de formatos y capacidad para trabajar en proyectos institucionales, tecnológicos, eventos profesionales o iniciativas de impacto.

Cada licitador deberá aportar su *portfolio* profesional con la relación de piezas audiovisuales realizadas y los canales digitales o enlaces de acceso para su visualización.

La puntuación se otorgará en base a lo siguiente:

- **Experiencia en producción audiovisual y edición con *motion graphics* (hasta 20 puntos):**

Se valorará la experiencia acreditada en grabación, edición, postproducción, animación gráfica, integración de elementos visuales, subtítulo, adaptación

de formatos y creación de piezas audiovisuales para distintos canales digitales y presenciales.

La puntuación se determinará en función de:

- Número de proyectos realizados (**hasta 10 puntos**)
 - Complejidad y alcance de los proyectos (**hasta 7 puntos**)
 - Relevancia e impacto de los proyectos (**hasta 3 puntos**)
- **Experiencia laboral con entidades, proyectos o sectores directamente relacionados con la naturaleza de MWCcapital** (hasta 15 puntos):

Se valorará especialmente la experiencia acreditada en campañas para instituciones, fundaciones, entidades público-privadas, administraciones públicas, proyectos tecnológicos, innovación, emprendimiento, talento digital, eventos profesionales o iniciativas de impacto social en áreas directamente relacionadas con MWCcapital.

La puntuación se determinará en función de:

- Número de proyectos realizados (**hasta 8 puntos**)
 - Complejidad y alcance de los proyectos (**hasta 5 puntos**)
 - Relevancia e impacto de los proyectos (**hasta 2 puntos**)
- **Capacidad técnica, estética y narrativa de las piezas presentadas** (hasta 15 puntos):

A partir de los proyectos presentados, se valorará la calidad de imagen, sonido, ritmo de edición, dirección visual, tratamiento gráfico, coherencia estética, claridad del mensaje, capacidad de *storytelling* y adecuación de las piezas a objetivos de comunicación institucional o de proyecto.

9.2.2. LOTE 2: Criterios de adjudicación objetivos o evaluables de forma automática (hasta un máximo de 50 puntos)

- **Reducción del plazo de respuesta a la consulta de contrato basado** (hasta 15 puntos):

Se puntuará en función del compromiso del licitador con la reducción del plazo de respuesta con oferta detallada a la consulta de contrato basado estándar establecido en el apartado 11.1.

Las puntuaciones se asignarán de la siguiente manera:

- Respuesta en 1 día hábil desde la consulta de contrato basado **(15 puntos)**
- Respuesta en 2 días hábiles desde la consulta de contrato basado **(0 puntos)**
- **Reducción del plazo de entrega de la pieza audiovisual final** (hasta 20 puntos)

Se puntuará en función del compromiso del licitador con la reducción del plazo de entrega de la pieza audiovisual final, a contar desde la finalización de la grabación o, en su defecto, de la validación de la idea conceptual del video o, en el caso de la edición con *motion graphic*, desde la recepción del briefing y del material audiovisual necesario.

Las puntuaciones se asignarán de la siguiente manera:

- Entrega en 5 días hábiles o menos **(20 puntos)**
- Entrega en 6 días hábiles **(16 puntos)**
- Entrega en 7 días hábiles **(12 puntos)**
- Entrega en 8 días hábiles **(8 puntos)**
- Entrega en 9 días hábiles **(4 puntos)**
- Entrega en 10 días hábiles (plazo base) **(0 puntos)**
- **Reducción del plazo de entrega de correcciones y entregas posteriores** (hasta 15 puntos)

Se puntuará en función del compromiso del licitador con la reducción del plazo de entrega de cada versión posterior al primer entregable, a contar desde la recepción de comentarios por parte del equipo de MWCcapital.

Las puntuaciones se asignarán de la siguiente manera:

- Entrega en 1 día hábil **(15 puntos)**
- Entrega en 2 días hábiles **(11 puntos)**
- Entrega en 3 días hábiles: **(7 puntos)**
- Entrega en 4 días hábiles: **3 puntos)**
- Entrega en 5 días hábiles (plazo base) **(0 puntos)**

9.3. LOTE 3 – DESARROLLO FRONT-END, UX/UI E INTERFACES DIGITALES WEB/APP

LOTE 3: Criterios cuya cuantificación dependen de la aplicación de juicios de valor (hasta un máximo de 50 puntos)

NOTA: De conformidad con el artículo 146.3 Ley de Contratos, se establece un umbral mínimo de calidad técnica fijado en un 50% de la puntuación en base a los criterios de adjudicación ponderable en función de un juicio de valor. Por lo tanto, **aquellas ofertas que no alcancen los 25 puntos en dichos criterios serán excluidas** (en este sentido, ver el art. 19.3 del pliego de cláusulas particulares)

Para la valoración técnica del Lote 3 se tendrá en cuenta la capacidad de los licitadores para diseñar, desarrollar y optimizar interfaces digitales vinculadas a proyectos, campañas, eventos e iniciativas de MWCcapital.

Se valorará especialmente la experiencia demostrable en desarrollo *front-end*, UX/UI, creación de *landings*, *microsites*, formularios, interfaces web/app y elementos digitales complementarios, así como la capacidad para entregar soluciones funcionales, accesibles, responsive y alineadas con la identidad visual de MWCcapital.

Cada licitador deberá aportar su *portfolio* profesional con la relación de los trabajos realizados en el ámbito de desarrollo *front-end* e interfaces digitales web/app, que incluya los enlaces de los mismos.

La puntuación se otorgará en base a lo siguiente:

- **Portfolio y calidad de trabajos digitales realizados** (hasta 15 puntos):

Se valorará la calidad, variedad y relevancia del *portfolio* presentado, incluyendo *landings*, *microsites*, formularios, módulos web, interfaces digitales, experiencias web/app y elementos digitales complementarios.

- **Experiencia en desarrollo front-end, UX/UI e interfaces digitales** (hasta 10 puntos):

Se valorará la experiencia acreditada en diseño UX/UI, maquetación, desarrollo *front-end*, adaptación responsive, optimización visual y funcional, integración de formularios y creación de interfaces digitales orientadas a objetivos de comunicación, captación o conversión.

La puntuación se determinará en función de:

- Número de proyectos realizados (**hasta 6 puntos**)
 - Complejidad y alcance de los proyectos (**hasta 3 puntos**)
 - Relevancia e impacto de los proyectos (**hasta 1 puntos**)
- **Experiencia laboral con entidades, proyectos o sectores directamente relacionados con la naturaleza de MWCcapital** (hasta 15 puntos):

Se valorará especialmente la experiencia acreditada en campañas para instituciones, fundaciones, entidades público-privadas, administraciones públicas, proyectos tecnológicos, innovación, emprendimiento, talento digital, eventos profesionales o iniciativas de impacto social en áreas directamente relacionadas con MWCcapital.

La puntuación se determinará en función de:

- Número de proyectos realizados (**hasta 8 puntos**)
 - Complejidad y alcance de los proyectos (**hasta 5 puntos**)
 - Relevancia e impacto de los proyectos (**hasta 2 puntos**)
- **Capacidad técnica, funcional y visual de las soluciones presentadas** (hasta 10 puntos):

A partir de los proyectos presentados, se valorará la claridad de navegación, usabilidad, accesibilidad, rendimiento, coherencia visual, calidad responsive, estructura de contenidos y adecuación de las soluciones digitales a los objetivos del proyecto.

9.3.1. LOTE 3: Criterios de adjudicación objetivos o evaluables de forma automática (hasta un máximo de 50 puntos)

- **Reducción del plazo de respuesta a la consulta de contrato basado** (hasta 15 puntos):

Se puntuará en función del compromiso del licitador con la reducción del plazo de respuesta con oferta detallada a la consulta de contrato basado estándar establecido en el apartado 11.1.

Las puntuaciones se asignarán de la siguiente manera:

- **Respuesta en 1 día hábil desde la consulta de contrato basado (15 puntos)**

- Respuesta en 2 días hábiles desde la consulta de contrato basado (0 puntos)
- Reducción del plazo de entrega del producto final de *landing*, *microsite*, módulos web, formularios, *apps* o interfaz digital complementaria (hasta 20 puntos)

Sobre el plazo base de 15 días hábiles fijado en el PPT, se valorará el compromiso con la reducción del plazo de entrega de la primera versión funcional de una *landing* o *microsite* estándar, a contar desde la aprobación del *brief* y la entrega de contenidos y materiales gráficos por parte de MWCcapital:

- Entrega en 2 días hábiles o menos (20 puntos)
 - Entrega en 4 días hábiles (15 puntos)
 - Entrega en 8 días hábiles (10 puntos)
 - Entrega en 12 días hábiles (5 puntos)
 - Entrega en 15 días hábiles (plazo base) (0 puntos)
- Reducción del tiempo de respuesta ante ajustes menores o incidencias directamente vinculadas al desarrollo entregado (hasta 15 puntos)

Sobre el plazo base de 2 días hábiles fijado en el PPT, se valorará el compromiso de reducción del tiempo de reacción ante una incidencia en un entorno publicado, entendida como la caída del sitio, error de formulario, falla de visualización responsive, error de seguimiento (tracking) o fallo de integración con sistemas de terceros, a contar desde la notificación de la incidencia por MWCcapital. la reducción del plazo de entrega de la primera versión funcional de una *landing* o *microsite* estándar, a contar desde la aprobación del *brief* y la entrega de contenidos y materiales gráficos por parte de MWCcapital:

- Reacción en 2 horas hábiles (15 puntos)
- Reacción en 4 horas hábiles (10 puntos)
- Reacción en 6 horas hábiles (8 puntos)
- Reacción en 12 horas hábiles (5 puntos)
- Reacción en 1 día hábil (plazo base) (2 puntos)
- Reacción en 2 días hábiles (plazo base) (0 puntos)

10. CLASIFICACIÓN DE OFERTAS Y OPERADORES ECONÓMICOS HOMOLOGADOS

A fin de conjugar tanto la expectativa razonable de volumen de contratos basados de los que cada operador económico homologado, en cada lote, pueda resultar adjudicatario, con la operatividad que debe tener el funcionamiento del Acuerdo Marco, se limitará el número de empresarios a homologar.

Así pues, para garantizar la cobertura de las necesidades específicas del Acuerdo Marco y promover la concurrencia competitiva, el número de operadores económicos que se podrá seleccionar, de acuerdo con el procedimiento previsto en los pliegos, y que, por tanto, serán adjudicatarios del mismo, será, como máximo, el siguiente:

- **Lote 1 – Campañas de *paid media*, analítica y asesoramiento:** Hasta un máximo de tres (3) licitadores.
- **Lote 2 – Producción audiovisual y edición de vídeos con *motion graphics*:** Hasta un máximo de siete (7) licitadores.
- **Lote 3 – Desarrollo *front-end*, UX/UI e interfaces digitales Web/App :** Hasta un máximo de cuatro (4) licitadores.

En caso de empate entre licitadores se dará preferencia a aquellos licitadores que hayan obtenido una mayor puntuación en la valoración sujeta a criterios subjetivos o sometidos a un juicio de valor del Sobre 2, referente a la “Experiencia laboral con entidades, proyectos o sectores directamente relacionados con la naturaleza de MWCcapital”.

En todo caso, si persistiera el empate, se aplicarán por orden los criterios de desempate establecidos en el artículo 147.2 de la LCSP. Si tras aplicar dichos criterios el empate persiste, se procederá a la adjudicación mediante sorteo público, conforme a lo dispuesto en el mismo artículo.

11. CRITERIOS DE VALORACIÓN PARA LA ADJUDICACIÓN DE LOS CONTRATOS BASADOS

12.1. CONTRATOS BASADOS DE VALOR ESTIMADO INFERIOR A 15.000 €:

Adjudicación directa

Los contratos basados de cada lote se adjudicarán directamente a cualquiera de los homologados, sin necesidad de un proceso de licitación.

Consulta previa

MWCapital consultará por escrito al homologado seleccionado sobre las condiciones y el precio del servicio requerido.

Si fuera necesario, se podrá solicitar una mejora en las condiciones ofrecidas.

Plazo de respuesta

El homologado deberá responder con su oferta detallada en un plazo máximo de dos (2) días hábiles desde la recepción de la consulta.

Criterios de selección del homologado

En la selección del homologado para adjudicación directa, se tendrá en cuenta:

- La especialidad o experiencia previa relevante en proyectos similares.
- La capacidad demostrada en servicios anteriores para MWCapital.
- La disponibilidad inmediata para cumplir con los plazos establecidos.

12.2. CONTRATOS BASADOS DE VALOR ESTIMADO SUPERIOR A 15.000 €:

Estos contratos requerirán un proceso de licitación restringido en el que podrán participar todos los adjudicatarios homologados.

Criterios de adjudicación

Los contratos basados se adjudicarán de acuerdo con los siguientes criterios para una puntuación total de **100 puntos**:

Lote 1 – Campañas de *paid media*, analítica y asesoramiento:

a) Calidad técnica de la propuesta para el encargo concreto (hasta 50 puntos)

Se valorará la propuesta de campaña presentada por el homologado para el encargo objeto del contrato basado.

La puntuación se determinará en función de:

- **Comprensión del *brief* y adecuación del enfoque propuesto (hasta 25 puntos)**

Se valorará la correcta interpretación de los objetivos de la campaña, del público destinatario y del contexto del proyecto, programa o evento de MWCcapital al que se vincula, así como que la estrategia de medios propuesta responda de forma específica a dichos objetivos y a la identidad de marca de la Fundación.

- **Calidad y solidez de la solución técnica y creativa (hasta 25 puntos)**

Se valorará la selección y combinación de canales y plataformas, la estrategia de segmentación y de audiencias, la estructura propuesta de campañas y grupos de anuncios, la distribución del presupuesto entre canales y fases, la definición de KPIs (indicadores clave de rendimiento), el plan de medición y seguimiento, y el planteamiento de optimización y de *reporting*.

Asimismo, también se tendrá en cuenta la viabilidad de la propuesta dentro del plazo y del presupuesto previstos, la coherencia entre los medios planteados y los resultados esperados, y el valor añadido aportado por encima de los requisitos mínimos del *brief*.

b) Equipo asignado al contrato basado (hasta 25 puntos)

Se valorará el equipo concreto que el homologado destinará a la ejecución del contrato basado, mediante la aportación de una relación nominal o por perfil que incluya, para cada uno de sus miembros:

- El perfil profesional y las funciones asignadas dentro del encargo, en correspondencia con los perfiles de Campaign Manager, Senior Strategy Manager y Account Manager previstos en los pliegos.
- La dedicación estimada, expresada en horas o en porcentaje sobre el total del contrato basado.
- La experiencia específica en campañas de paid media de naturaleza análoga a la del contrato basado.

La puntuación se determinará en función de:

- Adecuación de los perfiles y de la dedicación propuesta a las necesidades del encargo (hasta 10 puntos)
- Experiencia específica de los miembros del equipo en campañas análogas (hasta 15 puntos)

c) Reducción del plazo de entrega del primer entregable (hasta 25 puntos)

Se valorará la reducción del plazo de entrega de la estrategia y planificación que sustenta la campaña respecto del plazo base fijado en el contrato basado, a contar desde la aprobación del *brief* por parte de MWCcapital.

La puntuación se otorgará conforme al siguiente baremo, aplicado sobre el plazo base expresado en días hábiles y fijado en cada contrato basado:

- Reducción igual o superior al 40% (25 puntos)
- Reducción igual o superior al 30% e inferior al 40% (20 puntos)
- Reducción igual o superior al 20% e inferior al 30% (15 puntos)
- Reducción igual o superior al 10% e inferior al 20% (10 puntos)
- Reducción inferior al 10% (5 puntos)
- Sin reducción del plazo base (0 puntos)

El plazo resultante se redondeará al alza al día hábil completo y, en ningún caso, el plazo ofertado podrá ser inferior al que resulte técnicamente viable para el encargo, pudiendo MWCcapital requerir justificación al respecto y, de no resultar acreditada, no valorará la reducción ofertada.

Se emplea un baremo porcentual, y no de días fijos, dado que el plazo base varía en función de la naturaleza y del alcance de cada encargo, conforme a lo previsto en el PPT.

Lote 2 – Producción audiovisual y edición de vídeo con *motion graphics*:

a) Calidad técnica de la propuesta para el encargo concreto (hasta 45 puntos)

Se valorará la propuesta audiovisual presentada por el homologado para el encargo objeto del contrato basado.

La puntuación se determinará en función de:

- **Comprensión del *brief* y adecuación del enfoque propuesto (hasta 20 puntos)**

Se valorará la correcta interpretación del objetivo comunicativo de la pieza, del público destinatario y del contexto del proyecto, programa o evento de MWCcapital al que se vincula, así como que el tratamiento propuesto responda de forma específica a dichos objetivos y sea coherente con la identidad visual y narrativa de la Fundación y con su visión "*human first*". No se valorarán las propuestas de carácter genérico o no vinculadas al encargo concreto.

- **Calidad y solidez de la solución técnica y creativa (hasta 25 puntos)**

Se valorará el tratamiento narrativo y la dirección visual propuestos, el guion, escaleta o storyboard aportado, el planteamiento de grabación y de postproducción, el uso de *motion graphics* y de recursos gráficos animados, el planteamiento de subtítulo en los idiomas requeridos y, en su caso, el uso de herramientas de IA (inteligencia artificial), así como la adaptación de la pieza a los distintos formatos y canales de difusión previstos.

Se valorará asimismo la viabilidad de la propuesta dentro del plazo y del presupuesto previstos, la coherencia entre los medios planteados y el resultado esperado, y el valor añadido aportado por encima de los requisitos mínimos del *brief*.

b) Equipo asignado al contrato basado (hasta 20 puntos)

Se valorará el equipo concreto que el homologado destinará a la ejecución del contrato basado, mediante la aportación de una relación nominal o por perfil que incluya, para cada uno de sus miembros:

- El perfil profesional y las funciones asignadas dentro del encargo, en correspondencia con los perfiles de dirección de producción, *producer*, operador de cámara, edición y postproducción previstos en el apartado 6.2 del presente informe.
- La dedicación estimada, expresada en horas o en porcentaje sobre el total del contrato basado.
- La experiencia específica en producciones audiovisuales de naturaleza análoga a la del contrato basado.

La puntuación se determinará en función de:

- Adecuación de los perfiles y de la dedicación propuesta a las necesidades del encargo (hasta 10 puntos)
- Experiencia específica de los miembros del equipo en producciones análogas (hasta 10 puntos)

El equipo propuesto será vinculante durante la ejecución del contrato basado. Cualquier sustitución deberá ser comunicada y autorizada previamente por MWCcapital, y el perfil sustituto deberá acreditar una experiencia igual o superior a la del sustituido.

c) Reducción del plazo de entrega del primer entregable (hasta 25 puntos)

Se valorará la reducción del plazo de entrega de la primera versión de la pieza audiovisual respecto del plazo base fijado en el contrato basado, a contar desde la finalización de la grabación o desde la entrega del material y el *brief* aprobado por parte de MWCcapital.

La puntuación se otorgará conforme al siguiente baremo, aplicado sobre el plazo base expresado en días hábiles y fijado en cada contrato basado:

- Reducción igual o superior al 40% (25 puntos)
- Reducción igual o superior al 30% e inferior al 40% (20 puntos)
- Reducción igual o superior al 20% e inferior al 30% (15 puntos)
- Reducción igual o superior al 10% e inferior al 20% (10 puntos)
- Reducción inferior al 10% (5 puntos)
- Sin reducción del plazo base (0 puntos)

El plazo resultante se redondeará al alza al día hábil completo y, en ningún caso el plazo ofertado podrá ser inferior al que resulte técnicamente viable para el encargo, pudiendo MWCcapital requerir justificación al respecto y, de no resultar acreditada, no valorará la reducción ofertada.

Se emplea un baremo porcentual, y no de días fijos, dado que el plazo base varía en función de la duración, del formato y del alcance de cada pieza, conforme a lo previsto en el PPT.

d) Reducción del plazo de entrega de versiones siguientes (hasta 10 puntos)

Sobre el plazo base de cinco (5) días hábiles fijado en el PPT, se valorará la reducción del plazo de entrega de cada versión posterior a la primera, a contar desde la recepción de los comentarios de MWCcapital:

- Entrega en 1 día hábil (10 puntos)
- Entrega en 2 días hábiles (7 puntos)
- Entrega en 3 días hábiles (4 puntos)
- Entrega en 4 días hábiles (2 puntos)
- Entrega en 5 días hábiles (plazo base) (0 puntos)

Lote 3 – Desarrollo *front-end*, UX/UI e interfaces digitales web/app:

a) Calidad técnica de la propuesta para el encargo concreto (hasta 50 puntos)

Se valorará la propuesta de solución digital presentada por el homologado para el encargo objeto del contrato basado.

La puntuación se determinará en función de:

- **Comprensión del *brief* y adecuación del enfoque propuesto (hasta 25 puntos)**

Se valorará la correcta interpretación de los objetivos del entorno digital solicitado, del público destinatario y del contexto del proyecto, campaña, evento o iniciativa de MWCcapital al que se vincula, así como que la solución propuesta responda de forma específica a dichos objetivos, ya sean de comunicación, captación o conversión, y a la identidad visual de la Fundación. No se valorarán las propuestas de carácter genérico o no vinculadas al encargo concreto.

- **Calidad y solidez de la solución técnica y creativa (hasta 25 puntos)**

Se valorará la arquitectura de la información y la estructura de contenidos propuestas, el planteamiento de UX/UI y los *wireframes* o la dirección de diseño aportados, la solución técnica de maquetación y desarrollo *front-end*, el tratamiento responsive, la accesibilidad, el rendimiento, la integración de formularios y las integraciones con sistemas de terceros previstas. Se valorará asimismo la viabilidad de la propuesta dentro del plazo y del presupuesto previstos, la coherencia entre los medios planteados y el resultado esperado, y el valor añadido aportado por encima de los requisitos mínimos del *brief*.

b) Equipo asignado al contrato basado (hasta 25 puntos)

Se valorará el equipo concreto que el homologado destinará a la ejecución del contrato basado, mediante la aportación de una relación nominal o por perfil que incluya, para cada uno de sus miembros:

- El perfil profesional y las funciones asignadas dentro del encargo, en correspondencia con los perfiles de dirección de proyecto, diseño UX/UI, maquetación y programación, y *testing/QA* previstos en el apartado 6.3 del presente informe.
- La dedicación estimada, expresada en horas o en porcentaje sobre el total del contrato basado.
- La experiencia específica en desarrollos de naturaleza análoga a la del contrato basado.

La puntuación se determinará en función de:

- Adecuación de los perfiles y de la dedicación propuesta a las necesidades del encargo (hasta 10 puntos)
- Experiencia específica de los miembros del equipo en desarrollos análogos (hasta 15 puntos)

El equipo propuesto será vinculante durante la ejecución del contrato basado. Cualquier sustitución deberá ser comunicada y autorizada previamente por MWCcapital, y el perfil sustituto deberá acreditar una experiencia igual o superior a la del sustituido.

c) Reducción del plazo de entrega del primer entregable (hasta 25 puntos)

Se valorará la reducción del plazo de entrega de la primera versión funcional de la *landing*, *microsite* o interfaz digital respecto del plazo base fijado en el contrato basado, a contar desde la aprobación del *brief* y la entrega de contenidos y materiales gráficos por parte de MWCcapital.

La puntuación se otorgará conforme al siguiente baremo, aplicado sobre el plazo base expresado en días hábiles y fijado en cada contrato basado:

- Reducción igual o superior al 40% (25 puntos)
- Reducción igual o superior al 30% e inferior al 40% (20 puntos)
- Reducción igual o superior al 20% e inferior al 30% (15 puntos)
- Reducción igual o superior al 10% e inferior al 20% (10 puntos)
- Reducción inferior al 10% (5 puntos)
- Sin reducción del plazo base (0 puntos)

El plazo resultante se redondeará al alza al día hábil completo y, en ningún caso el plazo ofertado podrá ser inferior al que resulte técnicamente viable para el encargo, pudiendo MWCcapital requerir justificación al respecto y, de no resultar acreditada, no valorará la reducción ofertada.

Se emplea un baremo porcentual, y no de días fijos, dado que el plazo base varía en función del alcance, del número de plantillas y de las integraciones requeridas en cada encargo, conforme a lo previsto en el PPT.

12. FACTURACIÓN

La facturación de los contratos basados se realizará conforme a las siguientes disposiciones, tras la aceptación formal de la prestación del servicio objeto del contrato por parte de MWCcapital.

1. Facturación según precios unitarios

- Para cada contrato basado, la facturación de los servicios se efectuará en base a los precios unitarios ofertados por el licitador homologado, respetando las características específicas de cada trabajo.

2. Servicios adicionales

- Los servicios no contemplados con precios unitarios en el presente Acuerdo Marco deberán ser detallados y tarificados según las necesidades específicas del proyecto en cada contrato basado.
- MWCcapital consultará por escrito al contratista sobre las condiciones y precios de estos servicios adicionales, pudiendo solicitar ajustes o mejoras en caso necesario.
- El contratista deberá responder a la consulta en un plazo máximo de cinco (5) días naturales con una oferta detallada.
- En caso de que la oferta sea considerada desproporcionada o inadecuada, MWCcapital podrá exigir su reajuste. Si el contratista no procede al ajuste requerido, MWCcapital estará facultada para contratar con un tercero los servicios no cubiertos por los precios homologados, sin que ello dé derecho al contratista a indemnización o compensación alguna.

3. Facturación individual por contrato

- Cada contrato basado será facturado de manera individual, una vez se haya verificado y aprobado el resultado final del servicio prestado.

4. Condiciones de pago

- El pago se efectuará mediante transferencia bancaria, dentro del plazo establecido en el PCAP, tras la recepción de la factura correctamente emitida.

13. SUBCONTRATACIÓN

El contratista podrá subcontratar parte de las prestaciones objeto del presente Acuerdo Marco, siempre y cuando la subcontratación cumpla con los requisitos establecidos en los arts. 215 y 216 de la LCSP, así como con las siguientes condiciones:

- El subcontratista deberá reunir las condiciones de solvencia técnica y profesional necesarias para garantizar la correcta ejecución de las prestaciones subcontratadas.
- La subcontratación no eximirá al contratista de su responsabilidad total frente a MWCcapital por el cumplimiento de las obligaciones contractuales.
- El contratista será responsable de los actos, errores o incumplimientos del subcontratista como si fueran propios, incluyendo los daños que puedan derivarse de su actuación.
- El subcontratista deberá cumplir con las normativas aplicables en materia laboral, fiscal, de seguridad social, protección de datos y prevención de riesgos laborales, así como con cualquier otra normativa relacionada con el objeto del contrato. En este sentido, MWCcapital podrá exigir la documentación acreditativa de que el subcontratista cumple con dichas obligaciones.

14. MESA DE CONTRATACIÓN

La mesa estará constituida por:

- Presidente: **Victor Solvas**, Head of Press & PR de MWCcapital; o persona en quien delegue;
- Secretaria: **Marta Duelo**, Chief of Legal & Contractual Services de MWCcapital; o persona en quien delegue;
- Vocal: **Vicenç Margalef Parellada**, Chief Operating Officer de MWCcapital; o persona en quine delegue;
- Vocal técnico 1: **Marcos Morcate**, Head of Marketing de MWCcapital; o persona en quien delegue;
- Vocal técnico 2: **Alba Ruiz**, Marketing Coordinator de MWCcapital; 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. La secretaria de la mesa estará asistida por un técnico auxiliar, la incorporación a las reuniones se prevé con voz, pero sin voto.

Barcelona, a 21 de julio de 2026



Victor Solvas

Head of Press & PR de MWCcapital

Fundació Barcelona Mobile World Capital Foundation