

Àrea: Marketing

Expediente: HSE00017/2026

Tipo de procedimiento: Abierto sujeto a regulación armonizada

Objeto: Servicio de elaboración de estudios de mercado para la UOC

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 de Marketing ha detectado la necesidad de realizar la contratación de referencia, de acuerdo con los motivos siguientes:

La Universitat Oberta de Catalunya requiere la contratación de un servicio especializado de elaboración de estudios de mercado, con el objetivo de disponer de información rigurosa, actualizada y accionable sobre el mercado educativo, los públicos potenciales de la UOC, la demanda formativa, la percepción de marca, la competitividad de la oferta académica y la viabilidad de nuevos productos o iniciativas.

Asimismo, el servicio presenta un carácter transversal y podrá atender, dentro del mismo objeto contractual, necesidades de otras áreas de la UOC, entre ellas R&I y UX, cuando requieran estudios de mercado o actuaciones de investigación de usuarios materialmente vinculadas con las prestaciones definidas en los pliegos. En particular, se han incorporado necesidades relativas al análisis cuantitativo de encuestas, al análisis cualitativo de respuestas abiertas de distinto volumen y al apoyo técnico especializado mediante perfiles junior y senior.

La UOC requiere llevar a cabo estudios de mercado de naturaleza cualitativa y cuantitativa que permitan conocer mejor el mercado nacional e internacional, identificar tendencias, valorar conceptos, analizar la notoriedad y percepción de la UOC, segmentar públicos objetivo y obtener información útil para la toma de decisiones estratégicas en materia de desarrollo, captación, posicionamiento y mejora de la propuesta de valor.

La contratación resulta necesaria porque la UOC no dispone de medios propios suficientes para asumir de forma continuada, con la especialización, flexibilidad, capacidad técnica y cobertura requeridas, la totalidad de los estudios de mercado que puedan ser necesarios durante la vigencia del contrato, tal y como se justifica en el apartado 4 del presente documento.

2. Procedimiento de licitación, régimen jurídico y tramitación

Procedimiento de licitación

Dadas las características 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 y, de acuerdo con su objeto y su importe, se encuentra sujeto a regulación armonizada.

Tramitació

Ordinaria.

3. Objeto del contrato

El objeto de la presente contratación consiste en la provisión del servicio de elaboración de estudios de mercado para la UOC, con el alcance referido al punto primero del presente documento.

El servicio incluye, en función de las necesidades de cada encargo, la realización de estudios cualitativos o cuantitativos, la propuesta metodológica, el diseño de materiales, la captación de participantes, el trabajo de campo o análisis de fuentes de información, el vaciado y tratamiento de datos, el análisis de resultados, la elaboración de informes y la presentación o asistencia asociada al proyecto.

Asimismo, cuando se encuentren directamente vinculados con la investigación de mercados o de usuarios comprendida en el objeto contractual, podrán incluirse trabajos de análisis cuantitativo de encuestas, análisis cualitativo de respuestas abiertas y apoyo técnico especializado mediante los perfiles previstos en los pliegos.

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 y habiéndose constatado que la UOC no dispone de los medios personales y materiales necesarios para prestarlo directamente, 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: la UOC no dispone de un equipo interno dimensionado específicamente para asumir, de forma continuada y simultánea, la totalidad de los trabajos de diseño metodológico, captación de participantes, ejecución de trabajo de campo, análisis de información y elaboración de informes requeridos por los distintos estudios de mercado que puedan surgir durante la vigencia del contrato. Además, la prestación requiere perfiles especializados en investigación de mercados, análisis cualitativo y cuantitativo, captación de participantes, diseño de cuestionarios, técnicas de investigación social y tratamiento de información, cuya disponibilidad interna no resulta suficiente para absorber el volumen y diversidad de necesidades previstas.

Insuficiencia de medios materiales: la UOC no dispone de todos los medios técnicos, herramientas, plataformas, paneles, recursos de campo, infraestructuras de captación y sistemas especializados necesarios para ejecutar con garantías estudios de mercado de distinta tipología, muestra, metodología y alcance. En particular, determinados estudios requieren acceso a paneles, herramientas de encuesta, plataformas de trabajo de campo,

recursos para focus groups, entrevistas, comunidades virtuales, análisis estadístico o visualización de datos, así como capacidad de captación de perfiles específicos.

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. División en lotes

Sobre la base de lo dispuesto en el artículo 99.3 de la LCSP, debe entenderse que el objeto del contrato no puede dividirse en lotes por los siguientes motivos:

Tal y como se especifica en la memoria justificativa, se considera que deben prestarse como un único servicio porque el objeto del contrato está configurado como una única unidad funcional. Se requiere a un único proveedor que pueda llevar a cabo la serie de procedimientos especificados en el PPT para poder entregar de forma eficiente y eficazmente el “Estudio de Mercado” que se requiera. Estos procedimientos son:

- Propuesta metodológica.
- Diseño y entrega de los materiales
- Captación de participantes
- Trabajo de campo/Análisis de fuentes de información
- Vaciado de la información recogida durante el trabajo de campo
- Análisis de la información recogida
- Informe de resultados
- Áreas de seguimiento y asistencia del proyecto

Todas las prestaciones deberán integrarse bajo la responsabilidad y coordinación de un único contratista, con el fin de garantizar un resultado óptimo, una adecuada uniformidad y unidad de criterio en las distintas tareas que conforman cada estudio, así como de reducir los costes operativos asociados a la gestión y coordinación del contrato.

Si no fuera así, recaería sobre la UOC la labor de gestión administrativa del contrato derivada de la existencia de más de un proveedor, así como la supervisión y validación de toda la actividad de recepción y tratamiento de la información asociada, afectando también a la calidad del resultado final del servicio por la posible disparidad de criterios y maneras de hacer.

Así pues, el servicio está configurado como una única unidad operativa. Atendiendo al considerando 78 de la Directiva 2014/24/UE, y el artículo 99 de la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público, el hecho de dividir la licitación en lotes podría conllevar que la ejecución del contrato se convierta en excesivamente difícil y onerosa desde un punto de vista técnico. Además, la necesidad de coordinar a los diferentes contratistas podría conllevar riesgo en la adecuada ejecución del contrato.

En definitiva, el objeto del presente contrato es único y, por tanto, también lo será su adjudicación, que no se podrá dividir en partes o en lotes.

6. Duración

La duración del contrato se ha fijado teniendo en cuenta la naturaleza de las prestaciones, las características de su financiación y la necesidad de someter periódicamente a concurrencia su realización, respetando en todo caso el límite al que se refiere el artículo 29.4 de la LCSP.

El contrato tendrá una duración de un (1) año y se prevén cuatro (4) prórrogas de doce (12) meses cada una, de manera que la duración máxima del contrato será de cinco (5) años.

7. Presupuesto base de licitación

Se entiende por presupuesto base de licitación el límite máximo de gasto que en virtud del contrato puede comprometer el órgano de contratación, incluido el Impuesto sobre el Valor Añadido, salvo disposición en contrario. El presupuesto base de licitación es de 168.202,10 €, IVA incluido, de acuerdo con el siguiente desglose:

Concepto	Importe máx. IVA excluido	Importe IVA (21%)	Importe máx. IVA incluido
Servicio estudios de mercado	109.010,00 €	22.892,10 €	131.902,10 €
Bolsa. Otros estudios no definidos	30.000,00€	6.300,00€	36.300,00€
Total	139.010,00 €	29.192,10 €	168.202,10 €

El PBL se ha calculado mediante la suma objetiva de dos partidas tasadas a precios actuales de mercado:

- Cartera de encargos estimados (109.010,00 €/año): Es el resultado matemático de sumar todas las opciones posibles (estimación no vinculante) de estudios y actuaciones susceptibles de ser realizados durante la ejecución del contrato. Su valoración responde a precios unitarios actualizados a la realidad del sector, reflejando los costes estimados de ejecución y garantizando la viabilidad económica de la prestación.
- Bolsa para estudios no definidos (30.000 €/año): Partida complementaria y estricta para absorber necesidades sobrevenidas o nuevas tendencias no planificables en el momento de la licitación. Actúa como un mecanismo de eficiencia administrativa para garantizar la continuidad investigadora y evitar la tramitación de contratos paralelos. Esta bolsa sólo podrá utilizarse para actuaciones de estudios de mercado directamente vinculadas al objeto del contrato, de naturaleza análoga o complementaria a las tipologías previstas, y necesarias para atender necesidades de investigación de mercado que no puedan determinarse con precisión en el momento de preparación de la licitación.

Estimación volumen/tipología de estudios:

ESTUDIOS A REALIZAR	UNIDADE S	METODOLOG ÍA	DESCRIPC IÓN ORIENTATIV A	HERRAMIEN TA	TARGET	MUESTR A	IMPORT E UNITARI O MÁXIMO (IVA no incluido)
---------------------------	--------------	-----------------	------------------------------------	-----------------	--------	-------------	---

Estudio Notoriedad	1	Cuantitativo	Cuantificar el grado de conocimiento de marca de la UOC y su entorno competitivo entre el público general y valoración de la imagen de la UOC y su entorno competitivo en base a diferentes atributos predefinidos.	Tracking con cuestionario de 15-20 minutos	25 a 45 años (público general)	1.700	11.000,00 €
Estudio Percepción (tipo 1)	1	Cualitativo	Conocer la percepción que tienen el perfil potencial de la UOC sobre la marca y la competencia, sobre el mercado genérico o sobre algún aspecto más concreto de la propia universidad desde un punto de vista cualitativo.	Focus group /Entrevistas en profundidad	Público potencial UOC	3 / 9	15.000,00 €
Estudio Percepción (tipo 2)	1	Cuantitativo	Conocer la percepción que tienen el perfil potencial de la UOC sobre la marca y la competencia, sobre el mercado genérico o sobre algún aspecto más concreto de la propia universidad desde un punto de vista cuantitativo.	Cuestionario de 10-15 minutos	Público potencial UOC	400	8.000,00 €

Estudio segmentación targets UOC (tipo 1)	1	Cualitativo	Conocer en profundidad un colectivo de interés por parte de la UOC y posibilidad de establecer diferentes perfiles en base a parámetros que se puedan identificar desde un punto de vista cualitativo.	Focus group	Estudiantes / Público potencial UOC	10	18.000,00 €
Estudio segmentación targets UOC (tipo 2)	1	Cuantitativo	Conocer en profundidad un colectivo de interés por parte de la UOC y posibilidad de establecer diferentes perfiles en base a parámetros que se puedan identificar desde un punto de vista cuantitativo.	Cuestionario de 15-20 minutos	Estudiantes / Ex-estudiantes / Público potencial UOC	800	12.000,00 €
Análisis encuestas largas entre 20-25 preguntas	5	Cuantitativo	-	Cuestionario de 20-25 preguntas	Estudiantes	-	2.900,00 €

Análisis cualitativo de < 500 respuestas en abierto	2	Cualitativo	-	Cuestionario de menos de 500 respuestas abiertas	Estudiantes	-	1.100,00 €
Análisis cualitativo de 5.000 respuestas en abierto	1	Cualitativo	-	Cuestionario de 5.000 respuestas abiertas	Estudiantes	-	6.600,00 €
Análisis cualitativo de 15.000 a 17.000 respuestas en abierto	2	Cualitativo	-	Cuestionario de 15.000 a 17.000 respuestas abiertas	Estudiantes	--	7.900,00 €
Horas perfil junior (asesoramiento)	35	-	-	-	-	-	78,00 €

Horas perfil senior (asesoramiento)	30	-	-	-	-	-	106,00 €
TOTAL	109.010,00 €						

El cálculo del PBL debe interpretarse como una simple estimación no vinculante del servicio a realizar por la empresa que resulte adjudicataria, no constituye una obligación de compra para la UOC (estimación no vinculante). El contrato se articula bajo demanda, facturando única y exclusivamente los trabajos formalmente encargados y efectivamente entregados. La liquidación final se realizará aplicando los precios unitarios adjudicados, asegurando que el gasto se ajuste estrictamente al consumo real y a los principios de economía y eficiencia. Por lo tanto, el adjudicatario no tendrá derecho a ninguna compensación en caso de que los volúmenes reales sean inferiores a los volúmenes indicados en el pliego de prescripciones técnicas.

Además, sólo se podrá facturar el importe correspondiente al precio unitario ofertado por el adjudicatario en el **sobre 3**, sin que exista obligación alguna por parte del órgano de contratación de agotar el importe destinado al presupuesto máximo. El grado de ejecución del presupuesto queda vinculado directamente a las necesidades que para la entidad aparezcan a lo largo de la duración del contrato. Por lo tanto, el adjudicatario no tendrá derecho a ninguna compensación en caso de que los volúmenes reales sean inferiores a los volúmenes indicados en el pliego de prescripciones técnicas.

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	Importe IVA (21%)	Importe IVA incluido
Costes directos (MOD, MAT, etc.)	78%	109.010,00 €	22.769,84 €	131.197,64 €
Costes estructura	15%	20.851,50 €	4.378,82 €	25.230,32 €
Beneficio industrial	7%	9.730,70 €	2.043,45 €	11.774,15 €
Total	100%	139.010,00 €	29.192,10 €	168.202,10 €

En la determinación de este presupuesto, elaborado de forma que resulte adecuado al precio de mercado, se han tenido en cuenta los costes directos asociados a la ejecución material del servicio -incluyendo, entre otros, personal técnico, captación y reclutamiento de participantes, incentivos, programación y lanzamiento de encuestas, trabajo de campo, herramientas y licencias necesarias, análisis de la información y elaboración de informes-, así como los costes de estructura imputables al contrato y un beneficio industrial razonable, todo ello de conformidad con 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 como 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: 716.852,00 €, IVA excluido, según el siguiente desglose:

Duración	Importe máx. IVA excluido	Bolsa. Otros estudios no definidos (IVA excluido)	Importe total (IVA excluido)
Importe máximo duración inicial	109.010,00 €	30.000,00€	139.010,00 €
Importe máximo 1ª prórroga	109.010,00 €	30.000,00€	139.010,00 €
Importe máximo 2ª prórroga	109.010,00 €	30.000,00€	139.010,00 €
Importe máximo 3ª prórroga	109.010,00 €	30.000,00€	139.010,00 €
Importe máximo 4ª prórroga	109.010,00 €	30.000,00€	139.010,00 €
Modificación (20%) prevista art. 204 LCSP, limitada a la partida "Servicio estudios de mercado"¹	21.802,00 €	0€	21.802,00 €
Total	566.852,00 €	150.000,00€	716.852,00 €

El valor estimado del contrato se ha calculado considerando la duración máxima del contrato, incluidas las posibles prórrogas, y la modificación prevista en los pliegos.

El importe previsto para modificaciones es el que se establece en el apartado D - Valor estimado del contrato del cuadro de características de este pliego, por importe máximo de 21.802,00 € IVA excluido, equivalente al 20% de la partida anual de "Servicio estudios de mercado", fijada en 109.010 € IVA excluido. Dicha modificación no afectará a la partida "Bolsa. Otros estudios no definidos", que ya constituye una partida máxima a ejecutar en función de necesidades y no susceptible de baja.

La modificación prevista sólo podrá tener por objeto el incremento del número de estudios o actuaciones incluidas en el catálogo de precios unitarios del contrato, sin alterar la naturaleza

¹ La modificación prevista se calcula exclusivamente sobre la partida anual "Servicio estudios de mercado", por importe de 109.010,00 € IVA excluido, y no sobre la partida "Bolsa. Otros estudios no definidos", al tratarse esta última de una bolsa máxima a ejecutar en función de necesidades y no susceptible de baja. El importe máximo de modificación previsto asciende, por tanto, a 21.802,00€ IVA excluido.

global del contrato, sin incorporar prestaciones autónomas distintas de las previstas en el objeto contractual y sin modificar los precios unitarios adjudicados.

La previsión se justifica por la naturaleza del contrato, configurado como un servicio a demanda, con presupuesto máximo limitativo, precios unitarios y volumen de encargos estimado y no vinculante. Las necesidades reales de estudios de mercado pueden variar durante la vigencia del contrato como consecuencia de nuevas necesidades estratégicas, reorganización o expansión de áreas, nuevas iniciativas académicas o comerciales, o incremento sobrevenido de proyectos que requieran información de mercado.

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 proporcionados y adecuados los siguientes requisitos de solvencia.

- Solvencia técnica o profesional

Acreditación de haber realizado un mínimo de tres (3) estudios de mercado desarrollados en los últimos tres (3) años en prestaciones iguales o similares al objeto contractual, de importe superior a 10.000,00 € cada uno.

A efectos de determinar si los trabajos son iguales o similares al objeto contractual, se atenderá a la vinculación material con el objeto del contrato y, de forma complementaria, a los tres primeros dígitos del código CPV.

Se ha considerado necesario valorar la experiencia de las empresas participantes en la realización de trabajos similares al objeto contractual, atendida la especialización técnica requerida para la ejecución de estudios de mercado comparables a los que constituyen el objeto del contrato.

- 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 últimos disponibles en función de las fechas de constitución o de inicio de actividades del empresario y de presentación de las ofertas que acrediten un volumen anual de negocio igual o superior a 545.050,00 €.

El importe mínimo exigido, 545.050,00 €, corresponde a la suma de la partida anual “Servicio estudios de mercado” durante la duración máxima del contrato (109.010,00 € × 5 anualidades), sin incluir la partida “Bolsa. Otros estudios no definidos” ni la modificación prevista. Este nivel se considera adecuado a la dimensión y características de la prestación, configurada como un servicio transversal y bajo demanda que puede requerir la ejecución simultánea de distintos encargos durante su vigencia, y se sitúa dentro del límite establecido en el artículo 87.1.a) de la LCSP. La

exigencia se establece, asimismo, atendiendo al principio de proporcionalidad previsto en el artículo 87.4 de la LCSP.

Alternativamente, podrá acreditarse la solvencia económica y financiera mediante justificante de la existencia de un seguro de responsabilidad civil por riesgos profesionales por importe mínimo de 545.050,00 €, en los términos establecidos en el apartado O del cuadro de características del PCP.

Este mecanismo alternativo de acreditación de la solvencia económica y financiera se encuentra previsto en el artículo 87 de la LCSP y resulta apropiado y proporcional, atendida la naturaleza del objeto del contrato y la necesidad de favorecer la concurrencia.

11. Clasificación empresarial

El Contrato no está incluido en la clasificación de ningún grupo o subgrupo vigente.

12. Adscripción de medios personales o materiales

En concreto, se exige la adscripción de los siguientes medios, los cuales se consideran razonables, justificados, proporcionados a la entidad y características del contrato y no limitativos de la concurrencia:

Medios personales:

- Un/a (1) Gestor de Proyecto con experiencia mínima de dos (2) años en los últimos tres (3) años desarrollando proyectos similares.
- Un/a (1) Analista Senior y un/a (1) Analista Junior, ambos con experiencia mínima de dos (2) años en los últimos tres (3) años participando en proyectos similares.

Adicionalmente, la empresa adjudicataria deberá disponer de capacidad suficiente para poner a disposición del contrato, cuando la metodología concreta de cada estudio lo requiera, los siguientes perfiles:

- Un (1) Programador senior de encuestas.
- Un (1) Captador de participantes.
- Un (1) Gestor del trabajo de campo.

Los perfiles de Gestor de Proyecto y Analista Senior podrán recaer en la misma persona.

Medios materiales:

Se requiere la disponibilidad de los medios materiales necesarios para la ejecución del contrato siguientes:

- Herramientas básicas de ofimática y edición documental.
- Herramientas de videoconferencia y colaboración remota.
- Cuenta de correo electrónico operativa de contacto.
- Herramienta de programación y gestión de cuestionarios/encuestas.
- Herramientas de análisis estadístico o equivalente (como puede ser SPSS).

- Herramientas de visualización y explotación de datos o equivalentes (Power BI,...)
- Herramientas de envío y gestión de encuestas.
- Teléfono fijo o móvil para contactar con participantes

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 en base a la mejor relación calidad-precio, con la finalidad de obtener un servicio de gran calidad que responda lo 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 a partir de juicios 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 las siguientes fórmulas:

Criterio de adjudicación evaluable mediante fórmula	Puntos	Fórmula/Método de valoración	Justificación
Oferta económica: 52 puntos máximos			
Estudio Notoriedad	9	Aplicación de la fórmula proporcional inversa que atribuye una puntuación superior a la oferta más económica y una inferior a la oferta menos ventajosa económicamente, guardando la adecuada proporción en la atribución de puntos a las ofertas intermedias. La puntuación de cada precio unitario se calculará mediante la fórmula: $P = P_{\max} \times (O_m / O_v).$ Donde P es la puntuación obtenida por la oferta que se valora, P_{max} es la puntuación máxima asignada a la tipología correspondiente, O_m es la oferta económica más baja presentada para la tipología	Es necesario establecer este criterio en observancia del principio de utilización racional y eficiente de los recursos.

		correspondiente y Ov es la oferta económica de la empresa licitadora que se valora. No se admitirán ofertas que superen cualquiera de los precios unitarios máximos establecidos en los pliegos.	
Estudio Percepción (tipo 1)	3	Aplicación de la fórmula proporcional inversa que atribuye una puntuación superior a la oferta más económica y una inferior a la oferta menos ventajosa económicamente, guardando la adecuada proporción en la atribución de puntos a las ofertas intermedias. La puntuación de cada precio unitario se calculará mediante la fórmula: $P = P_{\max} \times (O_m / O_v).$ Donde P es la puntuación obtenida por la oferta que se valora, Pmax es la puntuación máxima asignada a la tipología correspondiente, Om es la oferta económica más baja presentada para la tipología correspondiente y Ov es la oferta económica de la empresa licitadora que se valora. No se admitirán ofertas que superen cualquiera de los precios unitarios máximos establecidos en los pliegos.	Es necesario establecer este criterio en observancia del principio de utilización racional y eficiente de los recursos.
Estudio Percepción (tipo 2)	3	Aplicación de la fórmula proporcional inversa que atribuye una puntuación superior a la oferta más económica y una inferior a la oferta menos ventajosa económicamente, guardando la adecuada proporción en la atribución de puntos a las ofertas intermedias. La puntuación de cada precio unitario se calculará mediante la fórmula: $P = P_{\max} \times (O_m / O_v).$	Es necesario establecer este criterio en observancia del principio de utilización racional y eficiente de los recursos.

		Donde P es la puntuación obtenida por la oferta que se valora, Pmax es la puntuación máxima asignada a la tipología correspondiente, Om es la oferta económica más baja presentada para la tipología correspondiente y Ov es la oferta económica de la empresa licitadora que se valora. No se admitirán ofertas que superen cualquiera de los precios unitarios máximos establecidos en los pliegos.	
Estudio Segmentación targets UOC (tipo 1)	3	Aplicación de la fórmula proporcional inversa que atribuye una puntuación superior a la oferta más económica y una inferior a la oferta menos ventajosa económicamente, guardando la adecuada proporción en la atribución de puntos a las ofertas intermedias. La puntuación de cada precio unitario se calculará mediante la fórmula: $P = P_{\max} \times (O_m / O_v)$ Donde P es la puntuación obtenida por la oferta que se valora, Pmax es la puntuación máxima asignada a la tipología correspondiente, Om es la oferta económica más baja presentada para la tipología correspondiente y Ov es la oferta económica de la empresa licitadora que se valora. No se admitirán ofertas que superen cualquiera de los precios unitarios máximos establecidos en los pliegos.	Es necesario establecer este criterio en observancia del principio de utilización racional y eficiente de los recursos.
Estudio Segmentación targets UOC (tipo 2)	3	Aplicación de la fórmula proporcional inversa que atribuye una puntuación superior a la oferta más económica y una inferior a la oferta menos ventajosa económicamente, guardando	Es necesario establecer este criterio en observancia del principio de utilización racional y eficiente de los recursos.

		la adecuada proporción en la atribución de puntos a las ofertas intermedias. La puntuación de cada precio unitario se calculará mediante la fórmula: $P = P_{\max} \times (O_m / O_v).$ Donde P es la puntuación obtenida por la oferta que se valora, P_{max} es la puntuación máxima asignada a la tipología correspondiente, O_m es la oferta económica más baja presentada para la tipología correspondiente y O_v es la oferta económica de la empresa licitadora que se valora. No se admitirán ofertas que superen cualquiera de los precios unitarios máximos establecidos en los pliegos.	
Análisis cuantitativo encuestas largas entre 20-25 preguntas	9	Aplicación de la fórmula proporcional inversa que atribuye una puntuación superior a la oferta más económica y una inferior a la oferta menos ventajosa económicamente, guardando la adecuada proporción en la atribución de puntos a las ofertas intermedias. La puntuación de cada precio unitario se calculará mediante la fórmula: $P = P_{\max} \times (O_m / O_v).$ Donde P es la puntuación obtenida por la oferta que se valora, P_{max} es la puntuación máxima asignada a la tipología correspondiente, O_m es la oferta económica más baja presentada para la tipología correspondiente y O_v es la oferta económica de la empresa licitadora que se valora. No se admitirán ofertas que superen cualquiera de los precios unitarios máximos establecidos en los pliegos.	Es necesario establecer este criterio en observancia del principio de utilización racional y eficiente de los recursos.

Análisis cualitativo de < 500 respuestas en abierto	5	Aplicación de la fórmula proporcional inversa que atribuye una puntuación superior a la oferta más económica y una inferior a la oferta menos ventajosa económicamente, guardando la adecuada proporción en la atribución de puntos a las ofertas intermedias. La puntuación de cada precio unitario se calculará mediante la fórmula: $P = P_{\max} \times (O_m / O_v).$ Donde P es la puntuación obtenida por la oferta que se valora, P_{max} es la puntuación máxima asignada a la tipología correspondiente, O_m es la oferta económica más baja presentada para la tipología correspondiente y O_v es la oferta económica de la empresa licitadora que se valora. No se admitirán ofertas que superen cualquiera de los precios unitarios máximos establecidos en los pliegos.	Es necesario establecer este criterio en observancia del principio de utilización racional y eficiente de los recursos.
Análisis cualitativo de 5.000 respuestas en abierto	5	Aplicación de la fórmula proporcional inversa que atribuye una puntuación superior a la oferta más económica y una inferior a la oferta menos ventajosa económicamente, guardando la adecuada proporción en la atribución de puntos a las ofertas intermedias. La puntuación de cada precio unitario se calculará mediante la fórmula: $P = P_{\max} \times (O_m / O_v).$ Donde P es la puntuación obtenida por la oferta que se valora, P_{max} es la puntuación máxima asignada a la tipología correspondiente, O_m es la oferta económica más baja presentada para la tipología	Es necesario establecer este criterio en observancia del principio de utilización racional y eficiente de los recursos.

		correspondiente y Ov es la oferta económica de la empresa licitadora que se valora. No se admitirán ofertas que superen cualquiera de los precios unitarios máximos establecidos en los pliegos.	
Análisis cualitativo de 15.000 a 17.000 respuestas en abierto	4	Aplicación de la fórmula proporcional inversa que atribuye una puntuación superior a la oferta más económica y una inferior a la oferta menos ventajosa económicamente, guardando la adecuada proporción en la atribución de puntos a las ofertas intermedias. La puntuación de cada precio unitario se calculará mediante la fórmula: $P = P_{\max} \times (O_m / O_v).$ Donde P es la puntuación obtenida por la oferta que se valora, Pmax es la puntuación máxima asignada a la tipología correspondiente, Om es la oferta económica más baja presentada para la tipología correspondiente y Ov es la oferta económica de la empresa licitadora que se valora. No se admitirán ofertas que superen cualquiera de los precios unitarios máximos establecidos en los pliegos.	Es necesario establecer este criterio en observancia del principio de utilización racional y eficiente de los recursos.
Horas perfil junior (asesoramiento)	4	Aplicación de la fórmula proporcional inversa que atribuye una puntuación superior a la oferta más económica y una inferior a la oferta menos ventajosa económicamente, guardando la adecuada proporción en la atribución de puntos a las ofertas intermedias. La puntuación de cada precio unitario se calculará mediante la fórmula: $P = P_{\max} \times (O_m / O_v).$	Es necesario establecer este criterio en observancia del principio de utilización racional y eficiente de los recursos.

		Donde P es la puntuación obtenida por la oferta que se valora, Pmax es la puntuación máxima asignada a la tipología correspondiente, Om es la oferta económica más baja presentada para la tipología correspondiente y Ov es la oferta económica de la empresa licitadora que se valora. No se admitirán ofertas que superen cualquiera de los precios unitarios máximos establecidos en los pliegos.	
Horas perfil senior (asesoramiento)	4	Aplicación de la fórmula proporcional inversa que atribuye una puntuación superior a la oferta más económica y una inferior a la oferta menos ventajosa económicamente, guardando la adecuada proporción en la atribución de puntos a las ofertas intermedias. La puntuación de cada precio unitario se calculará mediante la fórmula: $P = P_{\max} \times (O_m / O_v).$ Donde P es la puntuación obtenida por la oferta que se valora, Pmax es la puntuación máxima asignada a la tipología correspondiente, Om es la oferta económica más baja presentada para la tipología correspondiente y Ov es la oferta económica de la empresa licitadora que se valora. No se admitirán ofertas que superen cualquiera de los precios unitarios máximos establecidos en los pliegos.	Es necesario establecer este criterio en observancia del principio de utilización racional y eficiente de los recursos.
TOTAL OFERTA ECONÓMICA: 52 puntos			
Realización o participación del perfil "Gestor del Proyecto" en estudios de mercado dentro	15	15 puntos si se ofrece y se acredita que el perfil ha realizado o participado en tres (3) o más estudios de mercado dentro del sector educativo superior; 10 puntos si se	La valoración de la experiencia, del perfil Gestor de Proyecto, en el sector educativo superior no opera como un requisito excluyente

del sector educativo superior		ofrece y se acredita la participación en dos (2) estudios; 5 puntos si se ofrece y se acredita la participación en un (1) estudio; 0 puntos si no se ofrece o no se acredita adecuadamente.	sino como un criterio automático que incentiva y premia a las ofertas de mayor calidad. Se diferencia expresamente del sector educativo general (infantil, primaria, bachillerato) por sus particularidades de mercado, que impactan en la viabilidad de los estudios: *Naturaleza del target y motivaciones: A diferencia de la educación general (decisión familiar), en la educación superior el decisor es adulto o corporativo. Sus motivaciones (upskilling, empleabilidad, lifelong learning) exigen un Gestor experto para diseñar filtros de captación precisos e identificar drivers y stoppers radicalmente distintos. El mercado superior requiere un dominio técnico de una oferta hiperespecializada (grados, másteres, microcredenciales) y su marco regulatorio. Esta base es indispensable para que el Gestor comprenda con agilidad y precisión los briefings de la unidad promotora. Al tratarse de una universidad online, la UOC compete a nivel internacional. El conocimiento previo del sector garantiza que el Gestor sepa identificar a los competidores reales (instituciones tradicionales y plataformas EdTech) y utilizar las fuentes de información idóneas. La experiencia circunscrita al sector educativo superior garantiza que el Gestor del Proyecto optimice los
-------------------------------	--	---	---

			tiempos de diseño metodológico desde el primer día, asegurando que las conclusiones del informe final sean directamente accionables y aplicables a la estrategia de la UOC.
Realización o participación del perfil “Analista Senior” en estudios de mercado dentro del sector educativo superior	15	15 puntos si se ofrece y se acredita que el perfil ha realizado o participado en tres (3) o más estudios de mercado dentro del sector educativo superior; 10 puntos si se ofrece y se acredita la participación en dos (2) estudios; 5 puntos si se ofrece y se acredita la participación en un (1) estudio; 0 puntos si no se ofrece o no se acredita adecuadamente.	La valoración de la experiencia en el sector educativo superior (universitario, ciclos superiores o formación continua) para el Analista Senior no opera como un requisito excluyente, sino como un criterio que incentiva y premia la máxima calidad técnica. Dado que este perfil asume el diseño de materiales, el trabajo de campo y la redacción del informe, esta especialización es clave por los siguientes motivos: El público adulto tiene motivaciones muy específicas (upskilling, flexibilidad). La experiencia sectorial aporta el 'vocabulario' idóneo para conectar con el estudiante, evitando respuestas superficiales y asegurando insights de alta nitidez en encuestas y focus groups. El ecosistema de la educación superior es global y digital (EdTech). Un analista especializado contextualiza los datos bajo el prisma de la competencia real de la UOC, enriqueciendo y elevando sustancialmente el valor del análisis estadístico. Conocer la compleja estructura de productos (grados, másteres,

			microcredenciales) permite al analista transformar los datos en diagnósticos precisos y recomendaciones viables, aportando un valor cualitativo superior a la UAMAC. Este criterio responde al principio de eficiencia, premiando la incorporación de un perfil con alta capacidad para extraer e interpretar insights estratégicos complejos, lo que maximiza la utilidad y el rendimiento de las investigaciones para la UOC.
Disposición de certificación ISO 20252 o equivalente relativa a estudios de mercado	9	9 puntos si se ofrece y se acredita disponer de la certificación ISO 20252 o equivalente, mediante certificado vigente emitido por entidad acreditada o medio de prueba equivalente; 0 puntos si no se ofrece o no se acredita adecuadamente.	La valoración de la certificación ISO 20252 (o equivalente) no opera como un requisito excluyente que limite la concurrencia, sino como un criterio automático diseñado para incentivar y premiar a aquellas ofertas que aportan un nivel de excelencia y rigor metodológico superior al servicio. Dado que los estudios requeridos por la UAMAC (tests de concepto, percepción de marca y segmentación) guiarán directamente la estrategia y el portafolio de la Universidad, este estándar internacional aporta un valor cualitativo adicional por los siguientes motivos: 1. Máxima fiabilidad y mitigación de sesgos: Asegura un plus de coherencia y transparencia en todo el ciclo de la investigación (desde el diseño de la muestra hasta el análisis final), minimizando

			errores metodológicos en la obtención de datos estratégicos. 2. Estandarización operativa: Frente a la rápida evolución de las herramientas de investigación (paneles automatizados, encuestas digitales), disponer de esta certificación garantiza que la empresa aplica un marco de trabajo validado, aportando mayor precisión y eficiencia. Su inclusión como criterio evaluable fomenta la máxima concurrencia, al tiempo que premia proactivamente a las empresas que ofrecen las mayores garantías operativas, tecnológicas y de calidad en la entrega de resultados a la UOC.
Disposición de certificación ISO 27001 o equivalente relativa a seguridad de la información	9	9 puntos si se ofrece y se acredita disponer de la certificación ISO 27001 o equivalente, mediante certificado vigente emitido por entidad acreditada o medio de prueba equivalente; 0 puntos si no se ofrece o no se acredita adecuadamente.	La valoración de la certificación ISO/IEC 27001 (o equivalente) como criterio automático no opera como un requisito excluyente que limite la libre concurrencia, sino como un elemento que incentiva y premia a las ofertas que aportan un nivel superior de calidad y seguridad al servicio. En el contexto específico de los estudios de mercado para la UOC, este estándar internacional aporta un valor añadido por tres motivos directamente vinculados a la ejecución del contrato: 1. Protección de activos estratégicos: Garantiza la aplicación de controles estrictos frente a fugas de información al manejar briefings, planes de innovación y materiales inéditos de la Universidad

			(necesarios, por ejemplo, en los Test de Concepto o Creatividad). 2. Garantías en el tratamiento de datos personales: Durante la captación y el trabajo de campo, el contratista actúa como Encargado del Tratamiento. La certificación ISO/IEC 27001 no acredita por sí sola el cumplimiento del RGPD, pero evidencia la implantación de un sistema de gestión de seguridad de la información y de controles organizativos y técnicos que refuerzan las garantías de seguridad aplicables al tratamiento de datos personales y de información de la UOC durante la ejecución del contrato. 3. Continuidad del servicio: La ISO 27001 exige disponer de protocolos de respuesta rápida ante incidentes cibernéticos, garantizando que el trabajo de campo tecnológico (encuestas online, streaming) y la entrega de resultados no sufran interrupciones que comprometan los calendarios del proyecto. En definitiva, su inclusión premia proactivamente la minimización de los riesgos legales y operativos inherentes al manejo de datos sensibles de la UOC, respetando escrupulosamente la igualdad de trato y la competencia.
Total: 100 puntos			

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 utilicen una pluralidad de criterios de adjudicación, en su determinación, siempre y cuando sea posible, se dará preponderancia 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, son criterios de adjudicación 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 y 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 período 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 la 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):** 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, se obliga 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, debe utilizar al menos el catalán en las comunicaciones de toda clase que se deriven de la ejecución de las prestaciones objeto del Contrato. En todo 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:** 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 en vigor 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 el carácter de obligación contractual esencial a efectos de lo dispuesto en el artículo 211 de la LCSP.

- **En materia de coordinación empresarial:** dar cumplimiento a las obligaciones en materia de coordinación empresarial en los términos fijados en la cláusula 36 del Pliego de Cláusulas Particulares, y a las fijadas en la normativa sectorial aplicable, tanto en el momento previo a la

formalización del contrato, como en todo momento de la duración del mismo, cuando la prestación requiera la presencia de personas trabajadoras de la empresa contratista en sedes de la UOC. Esta condición especial de ejecución tiene el carácter de obligación contractual esencial a efectos de lo dispuesto en el artículo 211 de la LCSP.

- **Retorno social de la información:** en la fase de cierre, el informe de resultados y conclusiones deberá incluir, cuando proceda, un anexo en lenguaje no técnico y visual para facilitar que la UOC pueda informar a los participantes sobre los hallazgos generales de la investigación.

- **Estabilidad del equipo técnico:** el contratista deberá procurar la continuidad del/la Gestor/a de Proyecto y del/la Analista Senior 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.

- **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.

- **Perspectiva de género en el análisis:** el equipo técnico deberá incorporar, cuando resulte pertinente por el objeto del estudio, una perspectiva de género en el análisis de la información recogida.

- **Condiciones especiales relativas a seguros de responsabilidad civil:** Sí. 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: 545.050,00 €.

Sublímite mínimo por siniestro/víctima: 545.050,00 €.

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, dado que se ha 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 se prevé 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 cuanto a la subcontratación, resulta de aplicación lo previsto en el artículo 215 de la LCSP, cuyo tenor literal es el siguiente:

“El contratista podrá concertar con terceros la realización parcial de la prestación con sujeción a lo que dispongan los pliegos, salvo que conforme a lo establecido en las letras d) y e) del

apartado 2.º de este artículo, la prestación o parte de la misma haya de ser ejecutada directamente por el primero. (...)

De conformidad con lo establecido en el apartado 4 del artículo 75, en los contratos de obras, los contratos de servicios o los servicios o trabajos de colocación o instalación en el contexto de un contrato de suministro, los órganos de contratación podrán 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 las tareas críticas deberá ser objeto de justificación en el expediente de contratación”.

No se considera que existan tareas críticas no susceptibles de subcontratación que deban ser ejecutadas por el contratista principal.

El contratista mantendrá en todo caso la responsabilidad íntegra frente a la UOC por la correcta ejecución del contrato, la calidad de los trabajos, el cumplimiento de la normativa de protección de datos y la adecuada coordinación de los medios personales y materiales adscritos.

16. Garantías

Garantía definitiva

Resulta procedente exigir la constitución de garantía definitiva por parte del licitador propuesto adjudicatario, de conformidad con lo previsto en el artículo 107.1 de la LCSP.

Importe: 5% del presupuesto base de licitación, IVA excluido, dado que el precio del Contrato se formula en función de precios unitarios y con presupuesto máximo limitativo.

Firma,

Silvia Soler Garcia
Directora del Área de Marketing