INFORME JUSTIFICATIVO DE LA NECESIDAD E IDONEIDAD DE ESTABLECER UN ACUERDO MARCO PARA LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS DE CAMPAÑAS DE PAID MEDIA, ANALÍTICA Y ASESORAMIENTO PARA EL APOYO A LA COMUNICACIÓN DIGITAL DE FUNDACIÓ BARCELONA MOBILE WORLD CAPITAL FOUNDATION

Exp. A/F202621/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 MWCapital 3

1.3. Idoneidad del Acuerdo Marco 5

1.4. Imposibilidad de ejecución con medios propios 9

2. OBJETO Y NATURALEZA DEL ACUERDO MARCO 10

3. DIVISIÓN EN LOTES 11

4. PROCEDIMIENTO DE ADJUDICACIÓN Y FORMA DE TRAMITACIÓN DEL EXPEDIENTE 12

5. PRESUPUESTO BASE DE LICITACIÓN 12

6. VALOR ESTIMADO DEL ACUERDO MARCO 13

7. DURACIÓN Y PRÓRROGA DEL ACUERDO MARCO 15

7.1. PLAZO DE DURACIÓN DEL ACUERDO MARCO 15

7.2. PLAZO DE DURACIÓN DE LOS CONTRATOS BASADOS 15

8. CRITERIOS DE SOLVENCIA 16

8.1. SOLVENCIA ECONÓMICA Y FINANCIERA 16

8.2. SOLVENCIA TÉCNICA Y PROFESIONAL 17

9. CRITERIOS DE ADJUDICACIÓN DEL ACUERDO MARCO 19

9.1. CRITERIOS DE ADJUDICACIÓN OBJETIVOS O EVALUABLES DE FORMA AUTOMÁTICA (HASTA UN MÁXIMO DE 100 PUNTOS) 20

10. CLASIFICACIÓN DE OFERTAS Y OPERADORES ECONÓMICOS HOMOLOGADOS .. 27

11. CRITERIOS DE VALORACIÓN PARA LA ADJUDICACIÓN DE LOS CONTRATOS BASADOS 28

11.1. CONTRATOS BASADOS DE VALOR ESTIMADO INFERIOR A 15.000 €: 28

11.2. CONTRATOS BASADOS DE VALOR ESTIMADO SUPERIOR A 15.000 €: 29

12. FACTURACIÓN 31

13. SUBCONTRATACIÓN 32

14. MESA DE CONTRATACIÓN 33

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 impulsora del desarrollo tecnológico y digital con impacto social. Su misión es promover la transformación digital de la sociedad para mejorar la vida de las personas a escala global, contribuyendo al progreso económico, educativo y científico mediante la innovación y la colaboración público-privada.

MWCapital está promovida por el Ministerio de Economía y Empresa a través de Red.es, la Generalitat de Catalunya, el Ajuntament de Barcelona, Fira de Barcelona y GSMA, y cuenta con el apoyo de Telefónica, Vodafone, Orange, Damm y CaixaBank como partners corporativos y miembros del Patronato.

En su rol como actor estratégico, la Fundación actúa como catalizador del ecosistema tecnológico y digital, conectando administraciones, empresas, clústeres, *hubs*, universidades, centros de investigación y startups. Su enfoque transversal y su estructura ágil le permiten diseñar y ejecutar proyectos con impacto real, fomentando una digitalización inclusiva, sostenible y centrada en las personas.

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 MWCapital 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, MWCapital 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, MWCapital 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 garantizar la visibilidad y difusión de sus actividades, proyectos y programas impulsados por MWCapital, el departamento de Marketing y Comunicación, en su actividad diaria, desarrolla e 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 otras, contando para su ejecución con el apoyo de proveedores externos altamente especializados.

En este contexto, la progresiva consolidación de MWCapital como actor de referencia en el ecosistema tecnológico y digital, junto con la creciente diversidad y alcance de sus iniciativas, hace necesario reforzar las capacidades técnicas y operativas del departamento en ámbitos específicos de la comunicación digital que requieren conocimientos y recursos especializados.

En particular, se identifica la necesidad de disponer de servicios especializados en la planificación, configuración, ejecución, seguimiento y optimización de campañas de *paid media*, así como en el análisis de sus resultados y el asesoramiento estratégico asociado. Estas prestaciones resultan necesarias para garantizar una gestión eficiente

de las campañas, mediante la definición y seguimiento de indicadores clave de rendimiento (KPIs), el análisis de métricas y resultados y la formulación de recomendaciones orientadas a optimizar la inversión publicitaria y maximizar el impacto de las acciones de comunicación 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 campañas de *paid media*, analítica y asesoramiento para el apoyo a la comunicación digital de MWCapital, con el objetivo de reforzar las capacidades técnicas y operativas del departamento de Marketing y Comunicación y garantizar una adecuada ejecución de las actuaciones de comunicación digital de la Fundación.

Antecedentes de la contratación y justificación del nuevo procedimiento

Como antecedente de la presente contratación, cabe señalar que, mediante el expediente A/F202611/S, MWCapital tramitó un procedimiento de licitación para el establecimiento de un Acuerdo Marco de servicios de apoyo a la comunicación digital, dividido en tres (3) lotes, cuyo Lote 1 comprendía los servicios de campañas de *paid media*, analítica y asesoramiento.

Mediante Resolución del Órgano de Contratación de fecha 23 de octubre de 2026, se acordó el desistimiento del procedimiento de adjudicación exclusivamente respecto del citado Lote 1, de conformidad con el artículo 152.4 de la LCSP, al haberse constatado una infracción no subsanable de las normas reguladoras del procedimiento de adjudicación. Dicha decisión quedó circunscrita al referido lote, sin afectar a la continuidad de los procedimientos de adjudicación correspondientes a los restantes lotes del expediente.

En consecuencia, persistiendo la necesidad de contratar dichos servicios, se promueve el presente expediente A/F202621/S, mediante un nuevo procedimiento de licitación independiente, con la finalidad de garantizar su adecuada contratación conforme a los principios y disposiciones establecidos en la LCSP.

Reformulación y justificación de los criterios de adjudicación

En el marco de esta nueva licitación, y sin perjuicio de que la necesidad contractual y la naturaleza de las prestaciones objeto de contratación se mantienen idénticas respecto del anterior Lote 1 del expediente A/F202611/S, se ha considerado conveniente revisar y reformular la configuración de los criterios de adjudicación, atendiendo tanto a las características de los servicios requeridos como a los

antecedentes del procedimiento anterior, con el objetivo de reforzar las garantías de objetividad, transparencia, igualdad de trato e independencia en la evaluación de las ofertas.

En particular, mientras que el procedimiento anterior contemplaba criterios de adjudicación sujetos a juicio de valor, relativos a la experiencia en campañas de *paid media*, la experiencia en sectores relacionados con la actividad de MWCapital y la capacidad de analítica y seguimiento de resultados, junto con criterios evaluables de forma automática, el presente procedimiento establece un sistema de adjudicación integrado exclusivamente por criterios objetivos y evaluables de forma automática, con una puntuación máxima de cien (100) puntos.

Esta nueva configuración responde a la voluntad de establecer un sistema de evaluación basado en parámetros previamente definidos, cuantificables y documentalmente verificables, que permita aplicar las correspondientes escalas de puntuación sin necesidad de efectuar apreciaciones cualitativas sobre las ofertas presentadas.

Asimismo, teniendo en cuenta que en el procedimiento anterior se efectuaron valoraciones técnicas de determinados elementos de las ofertas mediante criterios sujetos a juicio de valor, se ha considerado conveniente adoptar una configuración que permita garantizar la autonomía e independencia de la nueva evaluación, evitando que las apreciaciones técnicas o puntuaciones realizadas anteriormente puedan condicionar, directa o indirectamente, la valoración de las ofertas que se presenten en este procedimiento.

En este sentido, la reformulación de los criterios de adjudicación constituye una decisión adoptada atendiendo a las circunstancias específicas del expediente, orientada a reforzar las garantías de imparcialidad y transparencia, sin que ello implique cuestionar la configuración de los criterios establecidos en la licitación anterior.

Por otra parte, en el marco de esta revisión, se ha optado por configurar los criterios relativos a la experiencia profesional tomando como referencia la experiencia específica de las personas propuestas para integrar el equipo técnico mínimo exigido en el PPT, atendiendo a su incidencia en la calidad de ejecución de las prestaciones.

A estos efectos, se ha incorporado en el PPT la exigencia de un equipo técnico mínimo integrado por los perfiles de Campaign Manager, Senior Strategy Manager y Account Manager, para los que se establecen determinados requisitos mínimos de formación y experiencia profesional, cuyo cumplimiento resulta obligatorio para la adecuada ejecución de las prestaciones.

De conformidad con lo previsto en el artículo 145.2.2.° de la LCSP, se considera que la experiencia profesional de los integrantes de dicho equipo puede afectar significativamente a la calidad de ejecución de las prestaciones objeto del Acuerdo Marco, atendiendo al carácter especializado de las actuaciones previstas.

En consecuencia, los nuevos criterios de adjudicación permiten valorar, mediante parámetros objetivos y escalas de puntuación previamente establecidas, la participación efectiva de dichos profesionales en proyectos de campañas de *paid media*, su experiencia en ámbitos de actividad relacionados con MWCapital y la realización de actuaciones específicas de analítica digital, medición y seguimiento de resultados.

De igual manera, se mantienen criterios objetivos vinculados a compromisos concretos de prestación del servicio, relativos a la reducción de los plazos de respuesta a las consultas de contratos basados, de entrega de las estrategias y planificaciones de campaña y de atención a incidencias durante la ejecución de campañas activas, por tratarse de aspectos directamente relacionados con las necesidades operativas de MWCapital.

La valoración conjunta de estos elementos pretende favorecer la selección de operadores económicos que, además de reunir los requisitos de solvencia exigidos, dispongan de equipos profesionales con experiencia específica en las prestaciones objeto del Acuerdo Marco y asuman compromisos verificables de agilidad y capacidad de respuesta.

Por último, la sustitución de los criterios sujetos a juicio de valor por criterios exclusivamente automáticos permite simplificar las actuaciones de evaluación, reducir los márgenes de discrecionalidad técnica y reforzar la trazabilidad de las puntuaciones otorgadas, al quedar estas determinadas mediante la aplicación de reglas objetivas previamente conocidas por todos los licitadores.

En particular, esta configuración elimina la necesidad de efectuar una valoración técnica cualitativa previa a la apertura de las ofertas evaluables automáticamente y contribuye a garantizar que la evaluación se realice de forma autónoma, exclusivamente sobre la base de las ofertas presentadas en el nuevo procedimiento y de los criterios establecidos en sus propios pliegos, sin perjuicio de las funciones de comprobación y verificación documental que correspondan a la Mesa de Contratación.

En definitiva, la reformulación de los criterios de adjudicación responde a una revisión de su configuración atendiendo a las necesidades del servicio y a los antecedentes del

expediente, con la finalidad de reforzar la autonomía e independencia del nuevo procedimiento, la vinculación de los criterios con las condiciones de ejecución de las prestaciones y la aplicación homogénea de las reglas de valoración, de conformidad con los principios de transparencia, igualdad de trato y no discriminación establecidos en el artículo 132 de la LCSP.

Configuración económica del Acuerdo Marco

La configuración del Acuerdo Marco contempla el establecimiento de precios unitarios máximos comunes a los operadores económicos seleccionados, sin perjuicio de las condiciones económicas que correspondan a la adjudicación de los contratos basados, en los términos establecidos en los pliegos. De este modo, se pretende combinar la selección inicial de operadores especializados, atendiendo a sus condiciones técnicas y compromisos de prestación del servicio, con la determinación posterior de las condiciones económicas aplicables a las necesidades concretas de MWCapital.

En la actualidad, estas necesidades se atienden parcialmente mediante recursos internos y la contratación puntual de proveedores externos especializados. No obstante, el carácter recurrente de las actuaciones, su creciente complejidad técnica y la necesidad de garantizar criterios homogéneos de calidad, coordinación y ejecución ponen de manifiesto la conveniencia de establecer un sistema de contratación estable que permita disponer de operadores económicos especializados, previamente seleccionados conforme a criterios objetivos y competitivos, asegurando así la continuidad, calidad y coherencia de los servicios requeridos.

Justificación de la idoneidad del Acuerdo Marco como instrumento de contratación

Asimismo, si bien las necesidades de estos servicios son recurrentes y previsibles con carácter general, su volumen, alcance, calendario y características específicas dependen de las campañas, proyectos, programas y eventos que MWCapital impulse durante la vigencia contractual, por lo que no resulta posible determinar anticipadamente y con exactitud la totalidad de las prestaciones que deberán ejecutarse.

En consecuencia, resulta necesario disponer de un instrumento de contratación flexible que permita adaptar los servicios a las necesidades operativas de la Fundación, tanto en su actividad ordinaria como en relación con proyectos y eventos específicos.

En este contexto, la utilización de un Acuerdo Marco, como sistema de racionalización técnica de la contratación previsto en los artículos 219 y siguientes de la LCSP,

constituye una solución adecuada y proporcionada, al permitir establecer previamente las condiciones generales de prestación de los servicios y seleccionar operadores económicos especializados, posibilitando la posterior adjudicación de contratos basados en función de las necesidades efectivas de la Fundación, dentro de los términos y límites establecidos en los pliegos.

Por todo ello, la celebración del presente Acuerdo Marco permitirá atender de manera ágil, flexible y eficiente las necesidades recurrentes de comunicación digital de MWCapital, mediante un sistema de contratación que combina la especialización profesional de los equipos técnicos, la objetividad y transparencia de los criterios de adjudicación, la exigencia de compromisos concretos de prestación del servicio y la flexibilidad necesaria para adaptar las actuaciones a las necesidades efectivas de la Fundación.

Todo ello contribuirá a garantizar la calidad, continuidad y coherencia de los servicios, así como una adecuada planificación y optimización de los recursos destinados a estas actuaciones, de conformidad con las condiciones técnicas y contractuales establecidas en el PPT y el PCAP.

1.4. Imposibilidad de ejecución con medios propios

De conformidad con el artículo 28.2 de la LCSP, MWCapital 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 requieren capacidades específicas en ámbitos tales como la gestión de campañas de *paid media* y analítica y asesoramiento de sus resultados. 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 MWCapital.

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 MWCapital 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 Fundació 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 presente Acuerdo Marco tiene por objeto establecer las condiciones generales que regirán la contratación de servicios especializados de planificación, configuración, ejecución, análisis, seguimiento y optimización de campañas de *paid media* de MWCapital, así como los servicios de asesoramiento estratégico asociados, con la finalidad de mejorar su rendimiento y contribuir a la consecución de los objetivos de comunicación digital de la Fundación.

Asimismo, el Acuerdo Marco tiene por finalidad seleccionar, mediante un procedimiento de licitación pública, a los operadores económicos especializados que podrán resultar adjudicatarios de los contratos basados que se celebren durante su vigencia, así como establecer las condiciones y los procedimientos aplicables a su adjudicación y ejecución, de conformidad con lo dispuesto en los artículos 219 y siguientes de la LCSP.

Las prestaciones concretas que deban ejecutarse, su alcance, calendario, dedicación y demás condiciones específicas se determinarán, en cada caso, mediante los correspondientes contratos basados, dentro del objeto, los términos y los límites establecidos en el Acuerdo Marco y en los pliegos que rigen la contratación, sin que puedan introducirse modificaciones sustanciales de sus condiciones.

En ningún caso el Acuerdo Marco ni los contratos basados que se deriven de este podrán instrumentar la contratación de personal por parte de MWCapital, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 308.2 de la LCSP, correspondiendo a las empresas adjudicatarias la organización, dirección y gestión de los medios personales necesarios para la ejecución de las prestaciones contratadas.

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.

El objeto del contrato se corresponde con el código 79340000-9 "Servicios de publicidad y marketing" de la nomenclatura del Vocabulario Común de Contratos Públicos (CPV) de la Comisión Europea.

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 MWCapital 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

El contrato no se divide en lotes en la medida en que la realización independiente de las diversas prestaciones comprendidas en su objeto dificultaría la correcta ejecución del servicio desde un punto de vista técnico, organizativo y de planificación (ex artículo 99.3.b LCSP).

En particular, los servicios de planificación estratégica, configuración y gestión de campañas de *paid media*, seguimiento y análisis de resultados, optimización del rendimiento y asesoramiento especializado constituyen prestaciones estrechamente vinculadas e interdependientes, cuya ejecución requiere una coordinación técnica y operativa integral para garantizar la coherencia de las estrategias de comunicación digital y la consecución de los objetivos establecidos por MWCapital.

La división de estas prestaciones en lotes independientes podría generar dificultades de coordinación entre distintos operadores económicos, especialmente en lo relativo a la planificación y ejecución de las campañas, la gestión de presupuestos publicitarios, el seguimiento de indicadores clave de rendimiento (KPIs), la interpretación de resultados y la implementación de medidas de optimización. Esta fragmentación podría comprometer la trazabilidad de las actuaciones, dificultar la atribución de responsabilidades y afectar a la eficiencia y calidad global de los servicios prestados.

En este sentido, resulta necesario garantizar que las distintas prestaciones asociadas a cada campaña o actuación de comunicación digital puedan desarrollarse de manera integrada y bajo una misma responsabilidad técnica y operativa, permitiendo una adecuada coordinación de los trabajos, un seguimiento homogéneo de los resultados y una gestión eficiente de los recursos destinados a su ejecución.

Asimismo, la configuración del Acuerdo Marco con varios operadores económicos homologados permitirá mantener un sistema de concurrencia competitiva para la adjudicación de los contratos basados, en los términos previstos en los pliegos, sin comprometer la necesaria integración técnica y funcional de las prestaciones que conforman cada encargo.

Por todo ello, se considera justificada la no división en lotes del presente Acuerdo Marco, al concurrir razones técnicas y organizativas directamente vinculadas con la naturaleza e interdependencia de las prestaciones objeto de contratación, cuya ejecución separada podría dificultar su correcta realización, de conformidad con lo establecido en el artículo 99.3.b) de la LCSP.

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 no 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 de conformidad con lo establecido en el artículo 156.1 de la LCSP.

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 necesidades reales de MWCapital, 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.

El presupuesto de cada contrato basado se determinará en función de las prestaciones concretas requeridas, los perfiles profesionales necesarios, la dedicación estimada y los precios unitarios aplicables, dentro de los límites económicos y las condiciones establecidos en el Acuerdo Marco.

La ejecución efectiva de las prestaciones y el correspondiente gasto quedarán condicionados a la adjudicación de los contratos basados y a las necesidades reales de MWCapital, sin que exista obligación de alcanzar o agotar el valor estimado del Acuerdo Marco.

Los precios unitarios comprenderán todos los costes directos e indirectos, gastos generales, beneficio empresarial y demás gastos necesarios para la correcta ejecución de las prestaciones, así como los tributos, tasas y cánones que resulten aplicables, con excepción del Impuesto sobre el Valor Añadido (IVA), que deberá identificarse como partida independiente en los correspondientes documentos económicos.

6. VALOR ESTIMADO DEL ACUERDO MARCO

De conformidad con lo dispuesto en el artículo 101 de la LCSP, y específicamente en su apartado 13, el valor estimado del contrato (VEC) del presente Acuerdo Marco se determina atendiendo al valor máximo estimado, excluido el Impuesto sobre el Valor Añadido (IVA), del conjunto de contratos basados que se prevé adjudicar durante toda su vigencia.

El VEC del Acuerdo Marco sin IVA para la totalidad de la duración de este asciende a **CIENTO TREINTA Y CINCO MIL EUROS (135.000,00.-€)**; 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 MWCapital 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, MWCapital 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.

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 aplicables a los servicios objeto del Acuerdo Marco, que deberán respetarse en la adjudicación y ejecución de los contratos basados, sin perjuicio de que los adjudicatarios puedan ofrecer precios inferiores en los procedimientos de adjudicación de dichos contratos, conforme a las condiciones establecidas en los pliegos.

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.

7. DURACIÓN Y PRÓRROGA DEL ACUERDO MARCO

7.1. Plazo de duración del Acuerdo Marco

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

No obstante, el Acuerdo Marco 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, MWCapital 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; que deberá ser igual o superior a **67.500,00.-€.**

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:

- 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, MWCapital 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.

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, 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: igual o superior a 81.000 €.

Medios de acreditación:

- 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 acompañada 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 y 147 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 adjudicación del presente Acuerdo Marco se realizará mediante la aplicación de criterios de adjudicación objetivos y evaluables de forma automática, de conformidad con los artículos 145 y 146 de la LCSP.

La puntuación máxima será de cien (100) puntos, distribuidos entre los criterios establecidos en el presente apartado, con el objetivo de seleccionar las ofertas que presenten las condiciones más ventajosas para la adecuada ejecución de los servicios objeto de contratación, atendiendo a la experiencia profesional del equipo técnico propuesto y a los compromisos de calidad y prestación del servicio asumidos por los licitadores.

En consonancia con la justificación expuesta en el apartado 1.3 del presente informe, la configuración de los criterios de adjudicación responde a la voluntad de reforzar la objetividad, transparencia y trazabilidad del procedimiento de evaluación, mediante la aplicación de parámetros previamente definidos, cuantificables y documentalmente verificables, que permitan determinar las puntuaciones correspondientes sin necesidad de efectuar juicios de valor.

En particular, los criterios establecidos permiten valorar la experiencia profesional específica de las personas propuestas para integrar el equipo técnico mínimo exigido en el PPT, así como determinados compromisos de prestación del servicio directamente relacionados con las necesidades operativas de MWCapital.

De conformidad con el artículo 145.2.2.° de la LCSP, la valoración de la experiencia profesional de los integrantes del equipo técnico mínimo se justifica por su incidencia significativa en la calidad de ejecución de las prestaciones, atendiendo al carácter

especializado de los servicios de planificación estratégica, configuración, gestión, seguimiento, optimización y análisis de campañas de publicidad digital.

Los requisitos mínimos de formación y experiencia profesional exigidos en el PPT serán de obligado cumplimiento y no otorgarán puntuación por sí mismos. La valoración se centrará en la participación acreditada de dichos profesionales en proyectos y actuaciones específicamente relacionados con el objeto del Acuerdo Marco, mediante la aplicación de escalas de puntuación previamente establecidas.

Asimismo, se valorarán los compromisos asumidos por los licitadores respecto de la reducción de los plazos de respuesta a las consultas de contratos basados, de entrega de las estrategias y planificaciones de campaña y de atención a incidencias durante la ejecución de campañas activas.

La combinación de estos criterios tiene como finalidad favorecer la selección de operadores económicos que dispongan de equipos profesionales con experiencia específica en las prestaciones objeto del Acuerdo Marco y que asuman compromisos verificables de agilidad y capacidad de respuesta, contribuyendo a mejorar la calidad y eficiencia de los servicios contratados.

Todos los criterios se evaluarán mediante la comprobación de circunstancias objetivamente verificables y la aplicación directa de las escalas de puntuación previamente establecidas, sin que su valoración requiera la emisión de juicios de valor ni apreciaciones cualitativas sobre las ofertas presentadas.

En particular, la valoración de los proyectos y actuaciones acreditados se limitará a comprobar el cumplimiento de los requisitos expresamente definidos para cada criterio, sin atribuir puntuaciones en función de su complejidad, relevancia, impacto, calidad técnica o resultados obtenidos.

9.1. <u>Criterios de adjudicación objetivos o evaluables de forma automática</u> (hasta un máximo de 100 puntos)

A. Experiencia profesional del equipo técnico mínimo en campañas de *paid media* en diferentes canales digitales (hasta 25 puntos)

Se valorará la experiencia profesional acreditada de las personas propuestas para integrar el equipo técnico mínimo exigido en el PPT, compuesto por los perfiles de Campaign Manager, Senior Strategy Manager y Account Manager, mediante su participación directa en proyectos de planificación, configuración, ejecución, seguimiento u optimización de campañas de publicidad digital de pago.

Los proyectos podrán haberse desarrollado en plataformas como LinkedIn Ads, Meta Ads, Google Ads, YouTube, TikTok, X u otras plataformas digitales equivalentes.

La valoración se efectuará exclusivamente sobre la experiencia de las personas concretas propuestas para integrar el equipo técnico mínimo, con independencia de la empresa o entidad para la que hayan desarrollado anteriormente los proyectos.

A estos efectos, se considerará proyecto computable aquel que reúna conjuntamente las siguientes condiciones:

- Haber sido ejecutado durante los últimos cinco (5) años, contados hasta la fecha de finalización del plazo de presentación de ofertas.
- Haber comprendido la gestión de, al menos, una campaña de publicidad digital de pago.
- Haber contado con la participación profesional directa de, al menos, una de las personas propuestas para integrar el equipo técnico mínimo, desempeñando funciones relacionadas con las prestaciones correspondientes a su perfil profesional.
- Identificar el proyecto, la entidad destinataria, el período de ejecución, las plataformas utilizadas, el profesional participante y las funciones efectivamente desempeñadas.

La puntuación se asignará exclusivamente en función del número de proyectos distintos acreditados por los profesionales propuestos, considerados conjuntamente, conforme a la siguiente escala:

- Más de nueve (9) proyectos **(25 puntos)**
- Entre ocho (8) y nueve (9) proyectos **(20 puntos)**
- Entre seis (6) y siete (7) proyectos **(15 puntos)**
- Entre cuatro (4) y cinco (5) proyectos **(10 puntos)**
- Entre dos (2) y tres (3) proyectos **(5 puntos)**
- Menos de dos (2) proyectos **(0 puntos)**

NOTA: Cada proyecto se contabilizará una única vez a efectos de la puntuación del presente criterio, con independencia del número de campañas, plataformas o canales digitales utilizados, así como del número de profesionales integrantes del equipo técnico mínimo que hayan participado en su ejecución.

En consecuencia, la participación de varios profesionales propuestos en un mismo proyecto no dará lugar a puntuaciones adicionales ni permitirá computar dicho proyecto más de una vez.

La experiencia profesional objeto de valoración deberá corresponder exclusivamente a las personas propuestas para integrar el equipo técnico mínimo exigido en el PPT. No se valorará la experiencia general de la empresa licitadora ni la correspondiente a profesionales ajenos a dicho equipo.

Los requisitos mínimos de formación y años de experiencia establecidos en el PPT no otorgarán puntuación por sí mismos. La puntuación se determinará exclusivamente mediante el recuento de los proyectos acreditados, sin efectuar valoraciones cualitativas sobre su complejidad, dimensión económica, alcance, relevancia o resultados.

B. **Experiencia profesional del equipo técnico mínimo en proyectos o sectores relacionados con la actividad de MWCapital** (hasta 25 puntos)

Se valorará la experiencia profesional acreditada de las personas propuestas para integrar el equipo técnico mínimo exigido en el PPT mediante su participación directa en proyectos de campañas de *paid media* vinculados a alguno de los siguientes ámbitos de actividad:

- Tecnología e innovación tecnológica.
- Emprendimiento y ecosistemas de startups.
- Talento digital y capacitación en competencias digitales.
- Transformación digital.
- Investigación y desarrollo tecnológico.
- Formación tecnológica y educación digital.
- Organización, promoción o difusión de eventos profesionales vinculados a los ámbitos anteriores.
- Iniciativas de impacto social directamente relacionadas con la tecnología, la innovación o la transformación digital.

A estos efectos, se considerará proyecto computable aquel que reúna conjuntamente las siguientes condiciones:

- Haber sido ejecutado durante los últimos cinco (5) años, contados hasta la fecha de finalización del plazo de presentación de ofertas.
- Haber comprendido la ejecución de campañas de publicidad digital de pago.
- Estar vinculado, por su objeto o finalidad, a alguno de los ámbitos de actividad expresamente enumerados.
- Haber contado con la participación profesional directa de, al menos, una de las personas propuestas para integrar el equipo técnico mínimo, desempeñando funciones relacionadas con las prestaciones correspondientes a su perfil profesional.

- Identificar la entidad destinataria, el período de ejecución, el objeto del proyecto, el profesional participante y las funciones efectivamente desempeñadas.

Los proyectos podrán haberse ejecutado para entidades públicas o privadas, con independencia de su naturaleza jurídica, siempre que cumplan los requisitos anteriores.

La puntuación se asignará exclusivamente en función del número de proyectos distintos acreditados por los profesionales propuestos, considerados conjuntamente, conforme a la siguiente escala:

- Más de siete (7) proyectos **(25 puntos)**
- Entre seis (6) y siete (7) proyectos **(20 puntos)**
- Entre cuatro (4) y cinco (5) proyectos **(15 puntos)**
- Tres (3) proyectos **(10 puntos)**
- Dos (2) proyectos **(5 puntos)**
- Menos de dos (2) proyectos **(0 puntos)**

NOTA: Cada proyecto se contabilizará una única vez a efectos de la puntuación del presente criterio, con independencia del número de ámbitos de actividad con los que esté relacionado, del número de campañas o plataformas utilizadas y del número de profesionales integrantes del equipo técnico mínimo que hayan participado en su ejecución.

Un mismo proyecto podrá computarse tanto en el criterio A como en el criterio B, siempre que cumpla los requisitos establecidos para ambos, sin que pueda contabilizarse más de una vez dentro de cada criterio.

La valoración se limitará a comprobar la participación profesional directa de las personas propuestas y la vinculación del objeto o finalidad del proyecto con alguno de los ámbitos expresamente enumerados, aplicando la escala de puntuación correspondiente.

A estos efectos, dicha vinculación deberá resultar de forma expresa y objetivamente verificable de la documentación aportada, atendiendo al objeto o finalidad principal del proyecto o de la campaña desarrollada. No se computarán proyectos cuya vinculación con los ámbitos enumerados se fundamente exclusivamente en apreciaciones genéricas, indirectas o no acreditadas.

No se efectuarán valoraciones cualitativas sobre el grado de afinidad institucional con MWCapital, la relevancia del cliente, la complejidad del proyecto o su impacto.

Acreditación documental de los criterios A y B

Los licitadores que opten por acreditar experiencia profesional puntuable conforme a los criterios A y B deberán incorporar al Sobre 2 una relación de los proyectos cuya valoración soliciten, acompañada de la identificación nominal de los profesionales propuestos para integrar el equipo técnico mínimo exigido en el PPT.

Para cada proyecto deberá facilitarse, como mínimo, la siguiente información:

- **Identificación del proyecto:** Denominación, entidad destinataria y breve descripción de su objeto o finalidad.
- **Período de ejecución:** Fechas de inicio y finalización o, en su caso, período durante el cual se desarrollaron las campañas de publicidad digital de pago.
- **Plataformas utilizadas:** Identificación de las plataformas o canales digitales en los que se desarrollaron las campañas de *paid media*.
- **Profesionales participantes:** Identificación de los integrantes del equipo técnico mínimo que hayan intervenido directamente en el proyecto, indicando el perfil profesional correspondiente.
- **Funciones desempeñadas:** Descripción de las actuaciones realizadas por cada profesional participante en relación con la planificación, configuración, ejecución, seguimiento u optimización de las campañas.
- **Vinculación sectorial:** exclusivamente para los proyectos cuya valoración se solicite conforme al criterio B, identificación del ámbito de actividad al que se vincula el proyecto y descripción de los elementos objetivos que permiten acreditar dicha vinculación.

La relación de proyectos deberá acompañarse de documentación justificativa suficiente que permita comprobar su efectiva realización y la participación profesional declarada. A tal efecto, podrán aportarse certificados emitidos por las entidades destinatarias, contratos, encargos profesionales, informes de ejecución, entregables, documentación de campañas u otros documentos equivalentes que permitan verificar los extremos objeto de valoración.

No será necesario aportar todos los documentos enumerados, siempre que la documentación presentada, considerada conjuntamente, permita acreditar de manera suficiente los requisitos exigidos para cada proyecto.

Se admitirán proyectos ejecutados por los profesionales propuestos con independencia de que su participación se haya desarrollado por cuenta propia, por cuenta ajena o mediante cualquier otra modalidad de colaboración profesional, siempre que quede acreditada su intervención directa en las prestaciones objeto de valoración.

La valoración se realizará exclusivamente mediante el recuento de los proyectos distintos debidamente acreditados, conforme a las escalas establecidas en los criterios A y B.

Los licitadores que no indiquen en su oferta ninguno de los criterios establecidos no estará obligados a aportar la documentación correspondiente a dicho criterio, obteniendo cero (0) puntos en el mismo, sin que esta circunstancia constituya por sí sola motivo de exclusión, siempre que se cumplan los requisitos mínimos exigidos en los pliegos.

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

Se valorará el compromiso del licitador de reducir el plazo de respuesta mediante oferta detallada a las consultas de contratos basados, respecto del plazo estándar de dos (2) días hábiles establecido en el apartado 11.1.

La puntuación se asignará conforme a la siguiente escala:

- 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)**

El plazo comenzará a computarse desde la recepción de la consulta de contrato basado remitida por MWCapital, siempre que contenga la información necesaria para formular la oferta.

La puntuación se determinará exclusivamente en función del plazo expresamente comprometido por el licitador.

D. **Reducción del plazo de entrega de la estrategia y planificación de campaña** (hasta 20 puntos)

Se valorará el compromiso del licitador de reducir el plazo máximo de entrega de la estrategia y planificación de cada campaña, respecto del plazo estándar de cinco (5) días hábiles establecido en el PPT.

El plazo se computará desde la aprobación del correspondiente brief por parte de MWCapital y la puesta a disposición de la información necesaria para elaborar la estrategia.

La puntuación se asignará automáticamente conforme a la siguiente escala:

- 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)**

La puntuación se determinará exclusivamente en función del plazo expresamente comprometido por el licitador.

E. **Reducción del tiempo de respuesta ante incidencia en campaña activa** (hasta 15 puntos)

Se valorará el compromiso del licitador de reducir el tiempo máximo de respuesta ante incidencias producidas durante la ejecución de campañas activas, respecto del plazo base de un (1) día hábil establecido en el PPT.

Se considerarán incidencias, entre otras, la interrupción de campañas, los errores de seguimiento de conversiones (*tracking*), las desviaciones del gasto publicitario respecto de lo planificado o el rechazo de anuncios por las plataformas digitales.

El tiempo de respuesta se computará desde la recepción de la notificación de la incidencia por parte de MWCapital y comprenderá el inicio efectivo de las actuaciones de diagnóstico y gestión correspondientes, sin que implique necesariamente la resolución completa de la incidencia dentro de dicho plazo.

La puntuación se asignará automáticamente conforme a la siguiente escala:

- 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)**

La puntuación se determinará exclusivamente en función del tiempo máximo de respuesta expresamente comprometido por el licitador.

NOTA: Los plazos y tiempos de respuesta ofertados en los criterios C, D y E tendrán carácter vinculante para los adjudicatarios del Acuerdo Marco y serán exigibles durante la ejecución de los contratos basados, de conformidad con las condiciones previstas en el PCAP y el PPT.

El incumplimiento de las obligaciones relativas al equipo técnico mínimo y de los compromisos ofertados quedará sujeto a las consecuencias contractuales previstas en el PCAP.

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, pueda resultar adjudicatario, con la operatividad que debe tener el funcionamiento del Acuerdo Marco, se limitará el número de empresarios a homologar.

En este sentido, y teniendo en cuenta los antecedentes de la licitación anterior, correspondiente al expediente A/F202611/S, en la que se contemplaba la selección de un máximo de tres (3) operadores económicos para el Lote 1, se considera conveniente ampliar el número máximo de operadores homologados hasta cinco (5) en el presente procedimiento.

Esta ampliación responde a la voluntad expresa de MWCapital de favorecer una mayor participación de operadores económicos en el Acuerdo Marco, evitando establecer limitaciones de acceso a su adjudicación que no resulten necesarias para garantizar su adecuado funcionamiento y reforzando los principios de libre concurrencia, igualdad de trato y no discriminación que rigen la contratación pública.

Por tanto, la configuración del presente Acuerdo Marco responde a una voluntad de apertura del procedimiento a una pluralidad más amplia de operadores económicos, sin perjuicio de mantener un límite máximo proporcionado que permita garantizar su gestión eficiente y la expectativa razonable de adjudicación de contratos basados.

El Acuerdo Marco podrá adjudicarse a un número inferior de operadores cuando no exista un número suficiente de ofertas admisibles que cumplan los requisitos establecidos en los pliegos.

La homologación como operador económico del Acuerdo Marco no conferirá derecho a la adjudicación de un número determinado de contratos basados ni garantizará un volumen mínimo de contratación, cuya adjudicación se efectuará conforme a los procedimientos y condiciones objetivas establecidos en el PCAP y en la LCSP.

En caso de empate en la puntuación total obtenida por dos o más licitadores, se dará preferencia a aquel que haya obtenido una mayor puntuación en el criterio de adjudicación B, evaluable de forma automática, relativo a la "Experiencia profesional del equipo técnico mínimo en proyectos o sectores relacionados con la actividad de MWCapital", con una puntuación máxima de 25 puntos.

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

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

Adjudicación directa

Los contratos basados 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.

11.2. 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**:

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 MWCapital 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 MWCapital.

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 MWCapital 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.

12. FACTURACIÓN

La facturación de los servicios objeto del presente Acuerdo Marco se efectuará de manera individualizada para cada contrato basado, de conformidad con las condiciones económicas establecidas en el Acuerdo Marco y en el correspondiente contrato basado, previa verificación y conformidad de las prestaciones efectivamente ejecutadas por parte de MWCapital.

1. Facturación según precios unitarios

- La facturación de los servicios se realizará mediante la aplicación de los precios unitarios por hora correspondientes a los perfiles profesionales establecidos en el Acuerdo Marco, atendiendo a las horas de trabajo efectivamente ejecutadas y debidamente justificadas en el marco de cada contrato basado.

- Los precios aplicables no podrán superar, en ningún caso, los precios unitarios máximos establecidos en el Acuerdo Marco, sin perjuicio de las reducciones que, en su caso, hayan resultado de la adjudicación del correspondiente contrato basado.

- El importe facturado deberá corresponderse con las prestaciones efectivamente realizadas, respetando el alcance, las condiciones económicas y el presupuesto máximo aprobado para cada contrato basado.

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.

- MWCapital 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, MWCapital podrá exigir su reajuste. Si el contratista no procede al ajuste

requerido, MWCapital 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.

- En todo caso, los contratos basados únicamente podrán comprender prestaciones incluidas en el objeto y ámbito de aplicación del Acuerdo Marco, de conformidad con las condiciones establecidas en el PCAP y el PPT.

3. Facturación individual por contrato

- Cada contrato basado será objeto de facturación independiente, una vez ejecutadas y verificadas las prestaciones correspondientes, de acuerdo con los hitos, períodos de facturación o condiciones de recepción establecidos en el propio contrato basado y en los pliegos.

- Las facturas deberán identificar el contrato basado al que correspondan, los servicios prestados, los perfiles profesionales empleados, las horas efectivamente ejecutadas, los precios unitarios aplicados y el importe total resultante, con el IVA desglosado como partida independiente.

- MWCapital podrá requerir la documentación justificativa necesaria para verificar la correcta ejecución de las prestaciones y la correspondencia de los importes facturados con las condiciones económicas del contrato basado.

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 MWCapital 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, MWCapital podrá exigir la documentación acreditativa de que el subcontratista cumple con dichas obligaciones.

14. MESA DE CONTRATACIÓN

A diferencia del expediente anterior A/F202611/S – Lote 1, el presente procedimiento contempla exclusivamente criterios de adjudicación evaluables de forma automática, sin intervención de juicios de valor, por lo que no se aprecia riesgo de influencia de las valoraciones técnicas precedentes en la evaluación de las ofertas, quedando justificada la continuidad de la composición de la Mesa de Contratación.

La mesa estará constituida por:

- Presidente: **Victor Solvas,** Head of Press & PR de MWCapital; o persona en quien delegue;

- Secretaria: **Marta Duelo**, Chief of Legal & Contractual Services de MWCapital; o persona en quien delegue;

- Vocal: **Vicenç Margalef Parellada**, Chief Operating Officer de MWCapital; o persona en quien delegue;

- Vocal técnico 1: **Marcos Morcate**, Head of Marketing de MWCapital; o persona en quien delegue;

- Vocal técnico 2: **Alba Ruiz**, Marketing Coordinator de MWCapital; o persona en quien delegue.

Todos los miembros de la mesa de contratación tendrán voz y voto, excepto las secretaria de la Mesa de Contratación, 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 6 de noviembre de 2026

Victor Solvas
Head of Press & PR de MWCapital
Fundació Barcelona Mobile World Capital Foundation