*Fundació Hospital Universitari Vall Hebron - Institut de Recerca (VHIR)*

*NÚM. EXPEDIENT*: 2026-047 MÀRQUETING DIGITAL

**PLEC DE PRESCRIPCIONS TÈCNIQUES**
**CONTRACTACIÓ NO HARMONITZADA – PROCEDIMENT OBERT**

# SERVEI DE MÀRQUETING DIGITAL PER A LA CAPTACIÓ DE LEADS, DONANTS I SOCIS DE LA UNITAT DE MECENATGE DE LA FUNDACIÓ HOSPITAL UNIVERSITARI VALL HEBRON - INSTITUT DE RECERCA (VHIR).

**Clàusula 1ª. Objecte de la licitació.**

L'objecte d'aquesta licitació és la contractació d'un servei especialitzat de màrqueting digital per al disseny, la creació, la implementació, la gestió, l'optimització i l'anàlisi de campanyes digitals orientades a la captació de leads, donants i socis per a la Unitat de Mecenatge de la Fundació Hospital Universitari Vall Hebron – Institut de Recerca (VHIR).

El present plec té per objectiu definir les condicions tècniques que han de regir la prestació del servei de màrqueting digital orientat a la captació de leads, donants i socis per a la Unitat de Mecenatge del VHIR.

La necessitat de contractar aquest servei respon a l'objectiu estratègic d'incrementar la captació de fons privats destinats a impulsar l'activitat investigadora del VHIR. Per assolir aquest objectiu, la Unitat de Mecenatge requereix el suport d'una empresa especialitzada en màrqueting digital que aporti coneixement tècnic, experiència en captació de potencials col·laboradors i capacitat per desenvolupar accions de comunicació segmentades i orientades a resultats.

Les actuacions inclouran, entre d'altres, generació de contingut digital (storytelling, copy), campanyes publicitàries a xarxes socials, campanyes d'email màrqueting, estratègies de generació i qualificació de leads, accions de remarketing, optimització de conversions i qualsevol altra iniciativa digital que contribueixi a incrementar el nombre de leads, donants, socis i col·laboradors així com els recursos econòmics destinats a la recerca biomèdica desenvolupada pel VHIR.

No es considera convenient la divisió de l'objecte del contracte en lots, atès que les diferents prestacions que integren el servei —planificació estratègica, creativitat, gestió de campanyes publicitàries, captació i seguiment de leads, anàlisi de dades, optimització de resultats i elaboració d'informes— constitueixen una unitat funcional estretament interrelacionada.

La prestació coordinada d'aquestes activitats per part d'un únic adjudicatari garanteix la coherència de l'estratègia de captació, l'alineament dels missatges i la correcta interpretació de les dades de rendiment de les campanyes.

La divisió en lots obligaria a coordinar diversos contractistes sobre una mateixa estratègia digital, fet que podria generar duplicitats, descoordinació en la presa de decisions, dificultats en l'atribució de resultats i una menor eficàcia en l'assoliment dels objectius de captació de fons.

*** El servei ha de complir amb tots els requeriments legals en el moment de la contractació, i durant tota la vigència del contracte.

**Clàusula 2ª. Pressupost màxim de licitació i valor estimat.**

En aquesta licitació el valor estimat del contracte i el pressupost màxim de licitació no coincideixen.

El pressupost total màxim per aquesta licitació, corresponent a un (1) any, és de **"TRENTA-DOS MIL EUROS" (32.000,00 €) (*)**, al qual si se li suma l'import de "SIS MIL SET-CENTS VINT EUROS" (6.720,00 €) corresponent a l'IVA, suma un total de **"TRENTA-VUIT MIL SET-CENTS VINT EUROS" (38.720,00 €).**

(*) Preus que el licitador podrà millorar en la seva OFERTA ECONÒMICA - Sobre núm. 3. Aquest import no inclou la inversió publicitària destinada a la contractació d'espais publicitaris en plataformes digitals (Meta o altres canals), la qual serà assumida i abonada directament pel VHIR als proveïdors corresponents.

El pressupost base de licitació s'ha establert en un import màxim de 32.000,00 € anuals (IVA exclòs), d'acord amb les necessitats identificades per la Unitat de Mecenatge del VHIR en relació amb els serveis de màrqueting digital objecte del contracte, així com amb els recursos tècnics i professionals requerits per garantir-ne la correcta prestació. Aquest import es correspon amb la disponibilitat pressupostària prevista pel VHIR per a la contractació d'aquest servei i es considera adequat per cobrir les prestacions incloses en el present plec durant cada anualitat contractual.

El valor estimat per aquesta licitació és de "**NORANTA-SIS MIL EUROS**" **(96.000,00€)**, al qual si se li suma l'import de "VINT MIL CENT SEIXANTA EUROS" (20.160,00 €) corresponent a l'IVA, suma un total de **"CENT SETZE MIL CENT SEIXANTA EUROS" (116.160,00 €).**

| Concepte | Import (IVA exclòs) |
|---|---|
| Pressupost base de licitació total | 32.000,00 euros |
| Possibles modificacions | 0,00 euros |
| Possibles pròrrogues | 64.000,00 euros |
| **Total** | **96.000,00 euros** |

**Clàusula 3ª. Durada de la licitació.**

La prestació d'aquest servei tindrà una durada d'un (1) any, prorrogable per dos (2) anys més, d'any en any. L'execució del servei serà de dotze (12) mesos.

L'inici del contracte serà el dia 18 de gener de 2027 o, en cas que el contracte es formalitzi amb posterioritat a aquesta data, l'endemà de la seva formalització. El contracte s'entendrà formalitzat en data de la darrera signatura digital.

En cas que sigui acordada la pròrroga per part de l'entitat contractant, serà obligatòria pel contractista, d'acord amb el que estableix l'article 29 de la LCSP.

## Clàusula 4ª. Descripció del servei i abast de l'objecte del contracte.

L'objecte del contracte consisteix en la prestació d'un servei especialitzat de màrqueting digital per al disseny, la creació, la implementació, la gestió, l'optimització i l'avaluació de campanyes digitals orientades a la captació de leads, donants puntuals i socis per a la Unitat de Mecenatge de la Fundació Hospital Universitari Vall d'Hebron – Institut de Recerca (VHIR).

El servei es prestarà durant la vigència del contracte i tindrà com a finalitat incrementar les col·laboracions econòmiques destinades a impulsar la recerca biomèdica desenvolupada pel VHIR.

A l'efecte d'aquest contracte, s'entendrà per lead qualsevol persona o empresa que faciliti les seves dades de contacte a través dels formularis o mecanismes habilitats en el marc de les campanyes digitals desenvolupades.

La planificació, el nombre i l'abast de les campanyes a desenvolupar durant la vigència del contracte es determinaran en funció de les necessitats de la Unitat de Mecenatge del VHIR i dels objectius de captació definits en cada moment, sense que s'estableixi un nombre mínim ni màxim de campanyes a executar.

### 4.1. Estratègia de captació digital

L'empresa adjudicatària haurà de treballar conjuntament amb la Unitat de Mecenatge per definir i executar l'estratègia digital de captació, que inclourà, entre d'altres:

- Definició dels objectius de captació de cada campanya.
- Identificació i segmentació dels públics objectiu.
- Definició del relat de campanya (*storytelling*) i dels missatges principals i secundaris.
- Definició dels canals digitals més adequats per a cada acció.
- Desenvolupament de l'embut de conversió (*funnel*) i del recorregut de l'usuari fins a la conversió.
- Definició dels indicadors de seguiment (KPIs) i dels objectius de rendiment.

L'estratègia haurà de contemplar les diferents fases del procés de captació: notorietat, generació de leads, conversió a donant o soci i, quan es consideri oportú, fidelització dels col·laboradors.

### 4.2. Execució de campanyes digitals

L'empresa adjudicatària haurà de dissenyar, implementar, gestionar, optimitzar i analitzar les accions digitals necessàries per assolir els objectius de captació establerts.

Les campanyes hauran de desenvolupar-se a través de:

- Plataformes publicitàries digitals (Google Ads, per exemple) , incloent-hi Meta Ads (Facebook i Instagram).
- Plataformes d'email màrqueting.
- Accions de remarketing o reimpacte.
- Altres canals digitals que es considerin adequats per assolir els objectius de captació.

Segons les necessitats de cada acció, les diferents eines i canals podran utilitzar-se de manera independent o combinada.

L'empresa adjudicatària haurà de gestionar les plataformes publicitàries i configurar els sistemes de seguiment i conversió necessaris per garantir la correcta mesura dels resultats.

### 4.3. Desenvolupament simultani de campanyes

La Unitat de Mecenatge del VHIR podrà impulsar diverses campanyes de captació de manera simultània durant la vigència del contracte. En aquest sentit, l'empresa adjudicatària haurà de disposar de la capacitat tècnica i organitzativa necessària per gestionar paral·lelament diferents accions orientades a objectius diversos, com ara la captació de leads, donants puntuals o socis.

Les diferents campanyes podran combinar, de manera coordinada, diversos canals, formats i accions digitals, incloent-hi publicitat a xarxes socials, email màrqueting, accions de remarketing, landing pages, automatitzacions o qualsevol altra eina contemplada en el marc del contracte.

La definició, planificació i priorització de les campanyes es durà a terme conjuntament entre la Unitat de Mecenatge del VHIR i l'empresa adjudicatària, d'acord amb els objectius estratègics i les necessitats de captació existents en cada moment.

### 4.4. Creativitat i producció de continguts

L'empresa adjudicatària serà responsable de la creació dels continguts necessaris per a l'execució de les campanyes.

Aquests continguts hauran d'incloure:

- Creativitats gràfiques per a anuncis digitals.
- Adaptacions per a diferents formats i ubicacions.
- Vídeos i continguts audiovisuals.
- Peces per a xarxes socials.

- Continguts per a correus electrònics.
- Continguts per a formularis i pàgines d'aterratge (*landing pages*).
- Altres formats digitals necessaris per a la correcta execució de les campanyes.

Tots els materials hauran d'estar alineats amb la identitat corporativa i els valors del VHIR, i orientats a maximitzar la conversió dels usuaris impactats.

### 4.5. Redacció de continguts (copywriting)

L'empresa adjudicatària serà responsable de la redacció dels textos necessaris per a les diferents accions digitals, incloent-hi:

- Anuncis publicitaris.
- Publicacions per a xarxes socials.
- Correus electrònics.
- Formularis de captació.
- Pàgines d'aterratge (*landing pages*).
- Missatges automatitzats i/o conversacionals, si escau.

Els continguts hauran d'adaptar-se als diferents públics objectiu i canals de comunicació definits per a cada campanya.

### 4.6. Automatització i eines de conversió

Quan la naturalesa de la campanya ho requereixi, l'empresa adjudicatària haurà d'implementar eines orientades a incrementar la conversió dels usuaris, com ara:

- Xatbots o assistents conversacionals.
- Formularis intel·ligents.
- Processos automatitzats de qualificació de leads.
- Formularis a Meta
- Accions de seguiment o nutrició de contactes (*lead nurturing*).

### 4.7. Landing pages i optimització de conversió

L'empresa adjudicatària haurà de proposar la creació, adaptació o optimització de pàgines d'aterratge (*landing pages*) específiques per a les diferents campanyes.

Aquestes pàgines hauran d'estar orientades a facilitar la conversió dels usuaris i hauran d'incorporar formularis de captació, continguts informatius, crides a l'acció i qualsevol altre element que contribueixi als objectius de la campanya.

Aquestes pàgines, caldrà crear-les a la plataforma de landings del VHIR, actualment StockCrowd. Per aquest motiu, l'empresa adjudicatària haurà de disposar dels coneixements i la capacitat tècnica necessaris per treballar amb aquesta plataforma des de l'inici de l'execució del contracte.

### 4.8. Analítica i seguiment

L'empresa adjudicatària haurà d'implantar els mecanismes necessaris per analitzar i avaluar el rendiment de les accions desenvolupades.

Aquests mecanismes hauran de permetre, com a mínim:

- Mesurar l'activitat generada per les campanyes.
- Analitzar el comportament dels usuaris.
- Fer seguiment de les conversions.
- Identificar oportunitats de millora.
- Proposar accions d'optimització contínua.

### 4.9. Perfil professional requerit

L'empresa adjudicatària haurà de designar una **persona responsable del contracte** que actuarà com a interlocutora principal amb la Unitat de Mecenatge del VHIR.

Aquesta persona haurà d'acreditar una **experiència mínima de 3 anys en la gestió de projectes de màrqueting digital**.

Aquesta experiència s'haurà d'acreditar en el Sobre núm. 1 declaració responsable en la qual s'haurà d'indicar l'experiència professional de la persona proposada, identificant els projectes o serveis de màrqueting digital gestionats, les funcions desenvolupades i els períodes d'execució corresponents, de manera que es pugui verificar el compliment de l'experiència mínima de 3 anys exigida.

**Solvència tècnica - experiència en el tercer sector**

Així mateix, l'**empresa licitadora** en el Sobre núm. 1 haurà d'acreditar haver executat, **durant el període comprès entre 2022 i 2026, un mínim de deu (10) campanyes de captació de leads, donants i/o socis per a entitats del tercer sector, fundacions o organitzacions sense ànim de lucre.**

Així mateix, per tal d'acreditar una experiència continuada en aquest àmbit, s'haurà d'haver executat almenys una (1) campanya en cadascuna de les anualitats 2022, 2023, 2024, 2025 i 2026.

L'experiència s'acreditarà mitjançant una declaració responsable relació de les principals campanyes executades, indicant, com a mínim:

- tipus i breu descripció de la campanya;
- entitat destinatària i si es tracta de entitats del tercer sector, fundacions o organitzacions sense ànim de lucre;
- període o anualitat d'execució;
- import del servei.

**Justificació de l'experiència en el tercer sector**

L'exigència d'aquest nivell de solvència es considera adequada i vinculada a l'objecte del contracte, atès que el servei requereix la planificació, execució, gestió, seguiment i optimització continuada de campanyes digitals orientades a la captació de leads, donants i/o socis i, en definitiva, a la captació de fons privats per al VHIR.

El mínim de deu campanyes permet acreditar un volum suficient d'experiència pràctica en aquest tipus de serveis, mentre que l'exigència d'haver executat almenys una campanya en cadascuna de les cinc anualitats permet garantir que aquesta experiència no sigui puntual o concentrada en un període breu, sinó recurrent i continuada en el temps.

Aquesta continuïtat es considera especialment rellevant tenint en compte que el contracte preveu la gestió continuada de campanyes de captació i la possibilitat de desenvolupar diferents accions de manera simultània.

### 4.10. Informe de resultats

L'empresa adjudicatària haurà de presentar un informe final de resultats per cada campanya executada, on constin els KPIs i el ROI de cada una d'aquestes. Els informes hauran d'incloure, com a mínim:

- Objectius de la campanya.
- Inversió executada.
- Impressions i abast.
- Nombre de clics.
- Taxa de clics (CTR).
- Cost per clic (CPC), si escau.
- Nombre de leads generats.
- Cost per lead.
- Nombre de donants o socis captats, si escau.
- Cost per adquisició.
- Retorn de la inversió (ROI) o altres indicadors equivalents.
- Principals conclusions.
- Propostes de millora i optimització.

### 4.11. Reunions de seguiment

Serà necessari fer reunions de seguiment del servei, entre la Unitat de Mecenatge del VHIR i l'empresa adjudicatària. Aquestes podran tenir lloc de manera telemàtica o presencial, segons les necessitats i preferències de la Unitat de Mecenatge del VHIR.

### 4.12. Règim lingüístic

La llengua vehicular de relació entre l'empresa adjudicatària i la Fundació Hospital Universitari Vall d'Hebron – Institut de Recerca (VHIR) serà, amb caràcter general, el català.

Així mateix, les actuacions de comunicació, captació i interacció amb la ciutadania es desenvoluparan preferentment en català. Sens perjudici d'això, quan la persona destinatària o interlocutora s'adreci en castellà o manifesti la seva preferència per aquesta llengua, l'empresa adjudicatària haurà d'adaptar-hi les comunicacions i garantir una atenció adequada en castellà.

L'empresa adjudicatària haurà de disposar dels recursos humans i materials necessaris per garantir la correcta prestació del servei en català i, quan sigui necessari, en castellà.

**Documentació i materials en català**

Amb caràcter general, la documentació, informes, continguts i materials objecte del contracte s'hauran d'elaborar en català, sens perjudici de les adaptacions o versions en castellà que pugui requerir la Unitat de Mecenatge o que siguin necessàries en funció del públic destinatari.

S'inclouen:

- Plans i estratègies de captació.
- Informes finals de resultats.
- Quadres de comandament i documentació analítica.
- Propostes de campanya.
- Presentacions i documentació de treball.
- Creativitats publicitàries.
- Anuncis digitals.
- Publicacions per a xarxes socials.
- Textos publicitaris (copies).
- Continguts de pàgines d'aterratge (landing pages).
- Formularis de captació.
- Campanyes d'email màrqueting.
- Fluxos automatitzats de comunicació.
- Xatbots o assistents conversacionals.
- Materials gràfics i audiovisuals.
- Crides a l'acció (call to action).
- Qualsevol altre contingut generat en el marc de l'execució del contracte.

La Unitat de Mecenatge del VHIR podrà requerir, sense cost addicional, l'adaptació al castellà de qualsevol document, contingut o material inclòs en el marc del contracte quan les necessitats de la campanya o el públic destinatari així ho aconsellin.

## Clàusula 5ª. Ubicació i Horari de prestació del servei.

Els serveis objecte del contracte es prestaran principalment des de les dependències de l'empresa adjudicatària. L'empresa haurà de garantir la disponibilitat de l'equip assignat al projecte en horari mínim de dilluns a divendres, de 8.00 h a 17.00 h.

Serà necessari fer reunions de seguiment del servei, entre la Unitat de Mecenatge del VHIR i l'empresa adjudicatària. Aquestes podran tenir lloc de manera telemàtica o presencial, segons les necessitats i preferències de la Unitat de Mecenatge del VHIR.

## Clàusula 6ª. Facturació i pagament.

D'acord a la Llei 25/2013, de 27 de desembre, de impuls de la factura electrònica i creació del registre comptable de factures en el Sector Públic, en el seu article 4: "*Tots els proveïdors que hagin lliurat béns o prestat servei a l'administració pública podran expedir i remetre factura electrònica. En tot cas, estaran obligades a l'ús de la factura electrònica i a la presentació a través del punt general d'entrada que correspongui...".*

Per tant el contractista facturarà de manera electrònica el manteniment a través de les seves factures corresponents. Els codis DIR3 per poder emetre la factura són les següents:

| DIR3 | OFICINA COMPTABLE | DIR3 | ÒRGAN GESTOR | DIR3 | UNITAT TRAMITADORA |
|---|---|---|---|---|---|
| **A09006467** | Fundació Hospital Universitari Vall d'Hebron-Institut de Recerca (HUVH IR) | **A09006467** | Fundació Hospital Universitari Vall d'Hebron-Institut de Recerca (HUVH IR) | **A09006467** | Fundació Hospital Universitari Vall d'Hebron-Institut de Recerca (HUVH IR) |

S'emetrà factura mensual. Cada factura emesa haurà de detallar a quins equips correspon la mateixa, el desglossament/descripció de les despeses per concepte, així com indicar les referències "**L 2026-047**".

En cas que l'emissió de la factura electrònica no sigui viable per raons excepcionals el contractista facturarà cada prestació de serveis a través de la seva factura mensual corresponent, les quals hauran de ser enviades a la següent adreça de correu electrònic: factures@vhir.org .

El pagament efectiu de les prestacions executades es realitzarà mitjançant transferència bancària, amb venciment 30 dies / data factura.

L'entitat contractant realitza el pagament dels serveis una vegada aquests s'hagin realitzat de manera parcial o total i una vegada entrada la factura al seu registre.

D'acord amb aquest paràmetre, no es contempla el pagament per avançat d'una part o de la totalitat del preu del contracte.

En cap cas el contractista tindrà dret a la revisió de preus per cap concepte.

El VHIR únicament abonarà a l'adjudicatari els serveis efectivament prestats, sense que en cap cas el VHIR estigui obligat a esgotar el valor estimat del contracte/pressupost de licitació.

Les dades fiscals que caldrà fer constar a la factura són:

FUNDACIÓ HOSPITAL UNIVERSITARI VALL D'HEBRON - INSTITUT DE RECERCA
NIF: G-60594009
Passeig Vall d'Hebron, 119-129
08035 Barcelona

En cas que la factura no s'emeti d'acord amb els criteris establerts i referenciats a l'inici de la present clàusula, no es procedirà al pagament de la mateixa i quedarà retinguda fins que no s'indiqui correctament les dades sol·licitades.

En cas de la facturació electrònica aquesta serà rebutjada fins que aquesta no s'indiqui correctament les dades sol·licitades.

Una vegada que el contracte acabi, incloses les pròrrogues que es puguin formalitzar el VHIR únicament acceptarà factures emeses amb data posterior a la finalització sempre que en el detall de la mateixa el període d'execució de les mateixes es trobi dins del terme de la licitació.

En cas que la factura s'emeti amb posterioritat a la finalització del contracte i atenent a l'indicat en el paràgraf anterior, el VHIR únicament abonarà factures que s'emetin dins dels dos (2) mesos posteriors a la finalització d'aquest.

## Clàusula 7ª. Responsable del contracte.

La responsable del contracte és la Cap de la Unitat de Mecenatge del VHIR, a qui li correspondrà bàsicament, entre d'altres, les funcions de gestió i supervisió del servei contractat, conformar la facturació que emeti el servei; seguiment, control i dictat de les

instruccions necessàries per la bona execució del contracte; determinar si la prestació realitzada s'ajusta a les prescripcions establertes per a la seva execució i compliment i recepció del contracte a la seva finalització, i donar compliment a les obligacions assumides per la Fundació Hospital Universitari Vall Hebron – Institut de Recerca (VHIR) en aquest contracte.

**Clàusula 8ª. Confidencialitat, Protecció de dades de caràcter personal i Propietat Intel·lectual i Industrial.**

Sense perjudici del que disposa la legislació vigent en matèria de propietat intel·lectual, protecció de dades de caràcter personal i de confidencialitat, l'empresa que resulti adjudicatària del present procediment de licitació, es comprometrà expressament, a no donar la informació i/o dades proporcionades per el VHIR, o qualsevol ús no previst en el present Plec, i/o expressament autoritzat per el Cap de la Unitat assignat.

L'empresa adjudicatària del contracte que es derivi del present procediment de licitació, haurà de fer extensives als empleats que adscrigui al servei, les obligacions contingudes i assumides per l'empresa adjudicatària, en referència a la confidencialitat, propietat intel·lectual i protecció de dades, en particular les relatives al secret, la reserva y confidencialitat de tota la informació que en virtut del servei pugui tenir coneixement.

S'entendran cedits en exclusiva a favor del VHIR a tot el món, per al temps màxim establert en les lleis i/o tractats internacionals vigents que resultin d'aplicació i per a la seva explotació a través de qualsevol format i/o modalitat d'explotació, tots els drets, inclosos els d'explotació sobre qualsevol descobriment, invenció, creació, obra, procediment, idea, tècnica, dibuix, disseny, imatge o qualsevol altre dret de propietat intel·lectual o industrial generat, plantejat o adquirit com a conseqüència de la tasca desenvolupada per l'empresa adjudicatària del contracte que es derivi del present procediment de licitació (en endavant, "Propietat Intel·lectual i/o Industrial"), i que derivin directa o indirectament de la relació entre VHIR i l'empresa adjudicatària pel contracte que es derivi del present procediment de licitació.

L'empresa adjudicatària del contracte que es derivi del present procediment de licitació s'obliga a informar al VHIR de qualsevol descobriment, creació, invent, idea o qualsevol altre element que constitueixi o sigui susceptible de constituir un dret de Propietat Industrial i/o Intel·lectual i que desenvolupi parcial o totalment durant la vigència del contracte que es derivi del present procediment de licitació.

En el supòsit de que l'empresa adjudicatària del contracte que es derivi del present procediment de licitació descobrís o desenvolupés qualsevol creació de propietat intel·lectual o industrial, s'entendrà que l'esmentat descobriment o desenvolupament constitueix informació confidencial del VHIR.

L'empresa adjudicatària del contracte que es derivi del present procediment de licitació s'obliga a signar tots aquells documents públics i/o privats que siguin necessaris, a lliure discreció del VHIR, per a permetre l'acreditació de la titularitat del VHIR o l'adequada protecció dels referits drets de Propietat Intel·lectual i/o Industrial a favor de la mateixa o de qualsevol tercer designat per aquest.

L'empresa adjudicatària del contracte que es derivi del present procediment de licitació autoritza al VHIR per a la transformació, modificació, publicació, comunicació pública i explotació per qualsevol mitjà de les obres que desenvolupi com a conseqüència de la execució del contracte que es derivi del present procediment de licitació.

## Clàusula 9ª. Criteris d'adjudicació.

Per a la valoració de les propostes de licitació i la determinació de la més avantatjosa econòmicament, s'atendrà els següents criteris i percentatges de ponderació:

| | | |
|---|---|---|
| **1.** | **Criteris avaluables amb fórmules automàtiques** | **Màxim 51 punts** |
| - | Oferta econòmica | Màxim 29 punts |
| - | Criteris d'avaluació automàtics | Màxim 22 punts |
| **2.** | **Criteris avaluables mitjançant judici de valor.** | **Màxim 49 punts** |

**9.1 Criteris avaluables amb fórmules automàtiques.....Màxim 51 punts**

9.1.1 OFERTA ECONÒMICA.....Fins a 29 punts

$$Pv = \left[1 - \left(\frac{Ov - Om}{IL}\right) x \left(\frac{1}{VP}\right)\right] x P$$

$P_v$ = Puntuació de l'oferta a Valorar
P = Punts criteri econòmic
$O_m$ = Oferta Millor
$O_v$ = Oferta a Valorar
IL = Import de Licitació
VP = Valor de ponderació = 1

**Si després d'haver aplicat la fórmula automàtica a una oferta presentada, el valor resultant és negatiu, se li assignaran directament zero (0) punts de la part econòmica.*

9.1.2 CRITERIS D'AVALUACIÓ AUTOMÀTICS ..... Fins a 22 punts

Els licitadors aportaran una declaració responsable en relació als criteris de valoració d'aquest apartat i la documentació que ho acrediti.

- Experiència de la persona designada com a Project Manager, en projectes de captació digital per a entitats del tercer sector..... fins a 15 punts
  Es valorarà de la següent manera:
  - Més de 3 anys i fins a 5 anys: 5 punts.
  - Més de 5 anys i fins a 8 anys: 10 punts.
  - Més de 8 anys: 15 punts.

  **Acreditació del criteri**
  Les empreses licitadores hauran d'aportar una declaració responsable identificant la persona designada com a Project Manager adscrita a l'execució del contracte. La manca de presentació d'aquesta declaració responsable i de la documentació descriptiva requerida comportarà la no valoració d'aquest criteri, sense que es pugui atorgar la puntuació corresponent.

  En aquesta declaració s'haurà d'indicar:
  - Nom i cognoms de la persona proposada.
  - Experiència professional acumulada en projectes de captació digital per a entitats del tercer sector.
  - Relació dels principals projectes o contractes desenvolupats, amb indicació de les funcions exercides i els períodes d'execució (mes i any d'inici i finalització).

  La persona responsable del contracte tindrà un paper clau en la definició, coordinació i seguiment de les estratègies de captació digital. Per aquest motiu, es considera rellevant valorar la seva experiència específica en projectes similars, atès que aquesta pot incidir directament en la qualitat de l'execució del servei i en l'assoliment dels objectius de captació del VHIR.

- Posada a disposició d'eines de seguiment i analítica..... fins a 7 punts
  Es valorarà de la següent manera:
  - Dashboard compartit amb accés en temps real al VHIR..... 3 punts.
    Es valorarà la posada a disposició d'un quadre de comandament compartit que permeti al VHIR consultar en temps real els principals indicadors de rendiment de les campanyes.

  - Seguiment de conversions i atribució de resultats..... 2 punts.
    Es valorarà la disponibilitat d'un sistema que permeti identificar i fer seguiment de les conversions generades per les diferents accions i canals digitals utilitzats.

  - Sistema de mesura del ROI de les campanyes..... 2 punts.
    Es valorarà la posada a disposició d'un sistema que permeti mesurar i reportar el retorn de la inversió (ROI) de les campanyes executades.

Les empreses licitadores hauran d'aportar una declaració responsable indicant els compromisos assumits en relació amb aquest criteri, així com una memòria descriptiva breu de les eines i funcionalitats que posaran a disposició del VHIR.

La documentació haurà d'identificar, les eines proposades, les funcionalitats de seguiment disponibles, els indicadors que es podran consultar i la forma d'accés per part del VHIR.

La manca de presentació d'aquesta declaració responsable i de la documentació descriptiva requerida comportarà la no valoració d'aquest criteri, sense que es pugui atorgar la puntuació corresponent.

**9.2 Criteris avaluables mitjançant judicis de valor..... Màxim 49 punts**

Es valorarà la proposició tècnica en relació als criteris sotmesos a judici de valor d'acord amb els valors numèrics establerts per a cada criteri i subcriteri en el Plec de Clàusules Administratives Particulars i el Plec de Prescripcions Tècniques, i posteriorment s'ordenaran les diferents propostes valorades per ordre decreixent, i s'aplicarà la fórmula següent, per obtenir la puntuació:

$$P_{op} = P\ x\ \frac{VT_{op}}{VT_{mv}}$$

$P_{op}$= **P**untuació d l'oferta a **P**untuar
P= **P**untuació del criteri
$VT_{op}$= **V**aloració **T**ècnica de l'**O**ferta que es **P**untua
$VT_{mv}$= **V**aloració **T**ècnica de l'oferta **M**illor **V**alorada

Es valorarà una extensió màxima de **20 pàgines din A4 a una cara amb tipografia Arial 11** (en cas que s'aporti una oferta més extensa de l'exigida, únicament es tindran en compte per la seva valoració les 20 primeres pàgines aportades).

El licitador haurà de recollir en la seva oferta tècnica (Sobre núm. 2), almenys, els següents apartats:

- **Pla de treball .....fins a 14 punts**

  El pla de treball ha d'incloure:
  - Objectius i estratègia proposada per part de l'empresa licitadora tenint en compte els interessos del VHIR. Es valorarà la definició d'aquests objectius i com es poden aconseguir .....fins a 9 punts
    Es valorarà:

- Adequació als objectius del VHIR.
- Segmentació dels públics objectiu.
- Definició del funnel de captació.
- Coherència dels canals proposats.
- Capacitat de la proposta per generar leads qualificats per afavorir la conversió en donants i socis.
- Capacitat de generar campanyes de captació de socis directes.

- Temps de resposta del proveïdor envers qualsevol consulta, missatge que el VHIR hagi comunicat a l'empresa licitadora..... fins a 3 punts
  Es valorarà la proposta presentada per l'empresa licitadora relativa a l'organització i els mecanismes d'atenció, seguiment i resposta a les necessitats de la Unitat de Mecenatge del VHIR, incloent-hi els canals de contacte disponibles, els procediments de gestió de consultes i incidències, els compromisos de resposta plantejats i les mesures previstes per garantir una comunicació àgil i efectiva durant l'execució del contracte.

- Dedicació prevista en relació a les tasques indicades en el present plec que conformen la prestació del servei..... fins a 2 punts
  Es valorarà l'adequació dels recursos humans assignats al contracte, la distribució de funcions i la dedicació prevista per a cadascuna de les fases del servei.

Es donarà la **màxima puntuació** a la proposta que defineixi aquests aspectes que assegurin un nivell de servei més eficient, en el marc i abast del plec tècnic i necessitats del VHIR, i que proposi un detall de recursos que posa a disposició del servei més adequada i idònia a les necessitats de les instal·lacions i del VHIR.

- **Presentació de mostra estratègica, accions i resultats..... fins a 20 punts**

  Caldrà aportar una memòria/book de mínim 2 campanyes de captació digital. Aquestes campanyes han d'estar dirigides a persones físiques amb l'objectiu d'aconseguir fons privats. Es valorarà, principalment, el número de campanyes amb ÈXIT que s'hagin gestionat. També aquelles que es podrien millorar i, en la presentació, s'explica com.
  En aquest punt no s'ha d'aportar informació sobre l'any en que s'han fet les campanyes, ni tampoc amb quines entitats s'han dut a terme aquestes, és a dir, no es pot afegir informació relativa al primer i al segon criteri d'avaluació automàtic.

- **Seguiment i metodologia de treball.....fins a 15 punts**

L'empresa licitadora haurà de detallar com farà el seguiment del projecte i metodologia de treball. Caldrà presentar una descripció detallada.
Es valorarà:

- Informes periòdics de tancament de totes les campanyes valorant el resultats d'aquestes..... fins a 6 punts
  Es valorarà la qualitat i el nivell de detall dels informes proposats, incloent-hi el seguiment dels indicadors de rendiment, l'anàlisi dels resultats obtinguts, la identificació d'aspectes susceptibles de millora i les recomanacions orientades a incrementar l'eficàcia de les campanyes.

- Metodologia d'optimització i millora contínua..... fins a 6 punts
  Es valorarà la capacitat de la metodologia presentada per identificar oportunitats de millora, detectar desviacions respecte als objectius establerts i proposar accions correctores orientades a incrementar la captació de leads, donants i socis.

- Eina compartida de coordinació i planificació del projecte..... fins a 3 punts
  Es valorarà la proposta de posada a disposició del VHIR, sense cost addicional, d'una eina o plataforma compartida de gestió de projectes que faciliti la coordinació, la planificació i el seguiment operatiu de les campanyes entre l'empresa adjudicatària i la Unitat de Mecenatge del VHIR.
  Es valoraran especialment:
  - Les funcionalitats de planificació de campanyes, tasques i terminis.
  - L'assignació de persones responsables i el seguiment de l'estat de les actuacions.
  - La possibilitat de compartir documentació, observacions i validacions.
  - La facilitat d'ús i d'accés per part del personal del VHIR.
  - Els sistemes d'avisos, notificacions i traçabilitat de les actuacions.
  - L'adequació de l'eina a la metodologia de treball proposada.

  L'empresa licitadora haurà d'identificar l'eina proposada, descriure'n les funcionalitats i explicar com s'utilitzarà durant l'execució del contracte. L'eina podrà ser pròpia o de tercers, sempre que el seu ús i l'accés del personal designat pel VHIR estiguin inclosos en l'oferta sense cost addicional.

Obtindrà la màxima puntuació la proposta que presenti una metodologia de seguiment més completa, estructurada, operativa i adaptada a les necessitats de la Unitat de Mecenatge del VHIR, garantint una correcta anàlisi dels resultats i una millora contínua de les campanyes executades.

Amb la finalitat d'aplicar la fórmula que marca la Directriu 1/2020 d'Aplicació de Fórmules de Valoració i Puntuació dels Proposicions Econòmica i Tècnica, el llindar per cada criteri i subcriteri que es proposa valorar i posteriorment puntuar, és el següent:

- **Pla de treball**:
  - Objectius i estratègia proposada per part de l'empresa licitadora tenint en compte els interessos del VHIR. Es valorarà la definició d'aquests objectius i com es poden aconseguir (4,5 punts).
  - Temps de resposta del proveïdor envers qualsevol consulta, missatge que el VHIR hagi comunicat a l'empresa licitadora (1,5 punts).
  - Dedicació prevista en relació a les tasques indicades en el present plec que conformen la prestació del servei (1 punt).
- **Presentació de mostra estratègica, accions i resultats (10 punts).**
- **Seguiment i metodologia de treball:**
  - Informes periòdics de tancament de totes les campanyes valorant el resultats d'aquestes (3 punts).
  - Metodologia d'optimització i millora contínua (3 punts).
  - Eina compartida de coordinació i planificació del projecte (1,5 punts).

Així doncs, existeixen dues opcions possibles respecte la funció d'aquest llindar segons si cap de les ofertes el supera (opció 1) o almenys una de les ofertes tècniques el supera (opció 2).

> Opció 1 - Si cap valoració de les ofertes supera el llindar de valoració mínim, totes obtenen com a puntuació el valor obtingut en la fase de valoració i cap queda exclosa de la licitació.
>
> Opció 2- Si alguna valoració de les ofertes supera el llindar, es puntuen totes les ofertes i cap empresa queda exclosa de la fase de puntuació, ni tampoc de la licitació.

En cas que només es presenti una empresa licitadora al procediment de licitació, la fórmula presentada en els aspectes tècnics no serà aplicable per aquesta, serà suficient amb els resultats obtinguts després de realitzar la valoració subjectiva per part del responsable.

NOTA IMPORTANT: Per tal de poder ser adjudicatari, serà **necessari que com a mínim el licitador obtingui vint-i-sis (26) punts en la proposta** relativa als criteris quantificables segons judicis de valor. En cas contrari serà exclòs.

Pg. Vall d'Hebron 119-129 | 08035 Barcelona
Edifici Central
T. 937 37 35 00
contractacio.publica@vhir.org / https://vhir.vallhebron.com/ca

Barcelona, 17 de novembre de 2026

**ÒRGAN DE CONTRACTACIÓ**
**Sra. Montserrat Gimenez Prous**
Gerent
Fundació Hospital Universitari Vall Hebron – Institut de Recerca (VHIR).