

INFORME TÈCNIC DE VALORACIÓ DE LES OFERTES AVALUABLES MITJANÇANT CRITERIS SUBJECTES A JUDICI DE VALOR DEL CONTRACTE RELATIU AL 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).

2023-031 MÀRQUETING DIGITAL

En data 24 d'octubre de 2023 s'ha procedit a valorar, segons els criteris establerts a les bases del concurs, les ofertes presentades per les empreses participants en el present procés de licitació relatiu al "***Servei de màrqueting digital per a la captació de leads, donants i socis a càrrec de la Unitat de Mecenatge de la Fundació Hospital Universitari Vall Hebron – Institut de Recerca (VHIR)***".

La licitació objecte d'aquesta acta, va ser publicada al perfil del contractant de la nostre web en data 19 de setembre de 2023, i la data màxima per a la presentació d'ofertes segons els terminis mínims que contempla la Llei 9/2017, de 8 de novembre, de Contractes del Sector Públic, va finalitzar el passat 04 d'octubre de 2023 a les 10:00h.

Tal i com es va fer constar en l'Acta de Constitució de la Mesa de Contractació i d'Obertura del Sobre núm. 1 de data 05 d'octubre de 2023, la documentació presentada per les empreses licitadores no contenia defectes esmenables.

El 16 d'octubre de 2023, va procedir-se a la realització de l'obertura del sobre amb les ofertes avaluables mitjançant criteris subjectes a judici de valor, tal i com es va fer constar en l'Acta de Constitució de la Mesa de Contractació i d'Obertura del Sobre núm. 2.

Tot seguit, es detalla la puntuació i motivació de les ofertes, que s'ha anat reproduint tenint en compte les especificacions contemplades al Plec de Clàusules Administratives Particulars, d'acord amb el quadre de puntuacions següent:

Criteris avaluables mitjançant judicis de valor.....(MÀXIM 49 punts)

Els criteris que a continuació s'indiquen s'avaluaran mitjançant judicis de valor. La valoració es farà per comparació de les ofertes presentades. Es donarà més puntuació a la oferta que s'ajusti millor als requisits tècnics exposats en el Plec de Prescripcions Tècniques. La resta d'ofertes es puntuaran proporcionalment per comparació. Posteriorment, s'endregarà les diverses propostes valorades en ordre decreixent, i s'aplicarà la fórmula següent per obtenir la puntuació:

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

P_{op} = Puntuació de l'oferta a Puntuar

P = Puntuació del criteri

VT_{op} = Valoració Tècnica de l'Oferta que es Puntua

VT_{mv} = Valoració Tècnica de l'oferta Millor Valorada

El licitador haurà de presentar la següent oferta al Sobre núm. 2 (oferta tècnica) que serà objecte de valoració, amb els següents continguts mínims i puntuacions corresponents:

• **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
- Temps de resposta del proveïdor envers qualsevol consulta, missatge que el VHIR hagi comunicat a l'empresa licitadora..... fins a 3 punts
- Dedicació prevista en relació a les tasques indicades en el present plec que conformen la prestació del servei..... fins a 2 punts

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 25 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 10 punts**

L'empresa licitadora haurà de detallar com farà el seguiment del projecte i metodologia de treball. Caldrà presentar una descripció detallada. Qui presenti la millor descripció obtindrà la màxima puntuació i per comparació es puntuarà la resta d'ofertes. Es valorarà:

- Reunions periòdiques valorant els resultats de la campanya i proposant millores (si s'escau)..... fins a 5 punts
- Informes periòdics de tancament de totes les campanyes valorant el resultat d'aquestes. També amb temes a millorar..... fins a 5 punts

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 07 punts
- Presentació de mostra estratègica, accions i resultats 12,5 punts
- Seguiment i metodologia de treball 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-quatre (24) punts en la proposta** relativa als criteris quantificables segons judicis de valor. En cas contrari serà exclòs.

OFERTA TÈCNICA

- **Pla de treballfins a 14 punts**

	Alicia Comunicació.	Persualia S.L.
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	5	6
Temps de resposta del proveïdor envers qualsevol consulta, missatge que el VHIR hagi comunicat a l'empresa licitadora Fins a 3 punts	2	3
Dedicació prevista en relació a les tasques indicades en el present plec que conformen la prestació del servei. Fins a 2 punts	1,5	2

Justificació de les valoracions:

La proposta de Persualia S.L. a nivell d'objectius està molt dirigida a aconseguir nous leads, socis i donants puntuals, i a fer-ho amb una estratègia centrada en campanyes de màrqueting digital utilitzant chatbots i publicitat en diferents formats a les xarxes socials, per aconseguir nous donants i socis pel VHIR. En aquest aspecte, objectius i estratègia s'ajusten plenament als criteris plantejats.

De tota manera, Persualia S.L. no obté la màxima puntuació perquè, a l'hora de desenvolupar l'estratègia, es centra bàsicament en l'ús del chatbot sense mencionar altres tècniques o fórmules digitals per assolir els objectius.

En el cas d'Alicia Comunicació, els objectius que es plantegen no pivoten sobre la captació de fons (donatius) sinó que s'allunya d'aquest objectiu plantejant-ne d'altres de *branding* vinculats al posicionament de la institució i als seus continguts de comunicació institucional (es marca com a objectius posicionar VHIR com a referent en investigació, a crear un estat d'opinió) i aquests aspectes no són objecte del servei que es sol·licita en el plec tècnic.

A banda, Alicia Comunicació planteja com a objectiu aconseguir patrocinis i/o col·laboracions d'empreses i d'altres organismes oficials, objectiu que no es correspon amb l'objecte que es planteja al plec, ja que la captació de leads, donants i socis fa referència a persones físiques, i els patrocinis o captació de fons d'empreses es treballen a través d'altres vies que no són objecte de la licitació actual.

Per tots aquests motius, en el primer punt valorat, no podem donar la màxima puntuació, ni a Alicia Comunicació ni a Persualia.

A la puntuació de temps de resposta, Persualia S.L obté el màxim a l'oferir 24h de termini, mentre que Alicia Comunicació ens ofereix un temps de resposta d'entre 48-72hores, d'aquí que obtingui una puntuació inferior.

En el punt de temps de dedicació, Alicia Comunicació no obté la puntuació màxima per haver limitat el servei a un número d'hores que ens podria perjudicar. Sovint, les campanyes que es gestionen des del VHIR es compliquen i aquest límit podria perjudicar la bona execució de les campanyes o generar costos addicionals no contemplats o tasques sense desenvolupar.

Persualia SL, per la seva banda, limita el número de campanyes a gestionar (5) i s'ajusta al temps que marca la licitació (11 mesos), però no posa un límit d'hores a dedicar a cada una de les campanyes.

• **Presentació de mostra estratègica, accions i resultats fins a 25 punt**

	Alicia Comunicació.	Persualia S.L.
<p>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.</p> <p style="text-align: right;">Fins a 25 punts</p>	12,5	15

Justificació de les valoracions:

A Alicia Comunicació no li podem donar la màxima puntuació perquè, tot i que exposa dos casos d'èxit de dues organitzacions sense ànim de lucre, un dels exemples tenia com a objectiu "fer lobby" i no captar fons, i el % d'èxit directe atribuïble a una campanya d'un tipus o un altre és molt diferent. Per tant, de dos exemples que ens han explicat; un d'ells no és valorable.

A Persualia SL, tampoc li podem donar la màxima puntuació perquè, tot i que ens mostra molt bones campanyes reals per aconseguir nous *leads*, donants i socis a través del màrqueting digital, no explica quines han estat exitoses, tampoc resultats ni millores d'aquestes. En fa una valoració "positiva" però sense especificar, quan es demanava explícitament que s'expliqués.

• **Seguiment i metodologia de treball.....fins a 10 punts**

L'empresa licitadora haurà de detallar com farà el seguiment del projecte i metodologia de treball. Caldrà presentar una descripció detallada. Qui presenti la millor descripció obtindrà la màxima puntuació i per comparació es puntuarà la resta d'ofertes. Es valorarà:

	Alicia Comunicació.	Persualia S.L.
Reunions periòdiques valorant els resultats de la campanya i proposant millores (si s'escau). Fins a 5 punts	5	5
Informes periòdics de tancament de totes les campanyes valorant el resultats d'aquestes. També amb temes a millorar. Fins a 5 punts	5	5

Justificació de les valoracions:

En aquest últim apartat, tant en el punt de reunions com d'informes periòdics, es puntua amb el màxim de puntuació a Alicia Comunicació ja que ens proposa reunions setmanals, informes mensuals i trimestrals amb propostes de millora a curt i llarg termini.

També li donem la màxima puntuació a Persualia ja que ens ofereix informes mensuals i reunions de briefing, llançament i seguiment de les campanyes sense cap límit. Per tant, podria ser una setmanal o, dues. Entenem que és segons la necessitat del VHIR.

A més, ens ofereixen la opció, a part de fer reunions de seguiment, també de valoració de resultats i propostes de millores, no només quedant amb un informe (si ho comparem amb Alicia Comunicació).

Conseqüentment el quadre de puntuació pel que respecta als criteris de judici de valor queda de la següent manera:

QUADRE DE JUDICI DE VALOR	
Empresa licitadora:	49% - Judici de Valor
Alicia Comunicació.	31
Persualia S.L.	36

Una vegada valorada les empreses licitadores i ordenada la puntuació en ordre decreixent, es procedeix a aplicar la següent fórmula per a obtenir la puntuació de cada ítem valorat,

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

P_{op} = Puntuació d l'oferta a Puntuar

P = Puntuació del criteri

VT_{op} = Valoració Tècnica de l'Oferta que es Puntua

- **Pla de treballfins a 14 punts**

Especificacions tècniques de l'equip a subministrar, garantint el compliment dels requisits tècnics del present plec (Clàusula 4.1):	Alicia Comunicació.	Persualia S.L.
		10,82

- **Presentació de mostra estratègica, accions i resultats fins a 25 punt**

Presentació de mostra estratègica, accions i resultats:	Alicia Comunicació.	Persualia S.L.
		20,83

- **Seguiment i metodologia de treball.....fins a 10 punts**

Seguiment i metodologia de treball:	Alicia Comunicació.	Persualia S.L.
		10

Consegüentment, el quadre de puntuacions definitiu pel que respecta als criteris de judici de valor queda de la següent manera, després d'aplicar la fórmula,

QUADRE DEFINITIU DE JUDICI DE VALOR	
Empresa licitadora:	49% - Judici de Valor
Alicia Comunicació	41,65
Persualia S.L.	49

A continuació, es detalla el quadre de puntuacions pel que fa referència a les ofertes tècniques, el qual s'acabarà de completar amb la part econòmica presentada per cada empresa, una vegada tingui lloc l'obertura pública del sobre núm. 3, que serà el pròxim 26 d'octubre de 2023, a les 11:00h, mitjançant Microsoft Teams amb l'eina de Sobre Digital, tal com s'anuncia en les bases de la present licitació publicades en la web del VHIR.

QUADRE DE PUNTUACIONS						
Ofertes presentades:	Oferta econòmica			51%	49%	
	BI	IVA	TOTAL	Fòrmules automàtiques	Judici de valor	TOTAL
Alicia Comunicació					41,65	
Persualia S.L.					49	

Barcelona, 24 d'octubre de 2023.

RESPONSABLE

Sra. Sira Franquero

Cap de la Unitat de Mecenatge

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