

**PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS RELATIVAS AL CONTRATO PARA LA
PRESTACIÓN DE UN SERVICIO DE GESTIÓN DE CONTENIDOS Y AGENDA DE
ACTIVIDADES, PRODUCCIÓN DE EVENTOS, SECRETARÍA TÉCNICA Y COMUNICACIÓN
DEL PROYECTO MOBILE WEEK BARCELONA 2023**

Expediente 93/2022

1. Contenidos

La empresa adjudicataria será responsable de impulsar, coordinar y gestionar todas las tareas que engloben generar la programación de contenidos de Mobile Week Barcelona 2023.

Esta programación de contenidos tendrá como resultado la confección de una agenda de actividades que tendrá lugar del 13 al 19 de marzo de 2023, ambos inclusive (*), si las circunstancias sanitarias lo permiten, y se iniciará con la jornada de inauguración y finalizará con el evento de Family Day.

El objetivo de la agenda de actividades es ofrecer a la ciudadanía una amplia oferta de actividades que aborden los temas propuestos y lleguen al máximo de públicos posible.

Los contenidos de la agenda se nutren por dos vías principalmente:

- Actividades procedentes de la **convocatoria abierta de actividades a entidades públicas y privadas** en relación con el **informe de tendencias de tecnología**.
- Actividades con origen en la **Fundación Mobile World Capital**, sus programas, sus entidades patronas y colaboradores

Todas las actividades serán **gratuitas** y **abiertas** a la ciudadanía.

() Estas fechas están sujetas a posibles modificaciones. No obstante, a efectos de la preparación de las ofertas, se deberán tener en cuenta estas fechas.*

1.1 Informe de tendencias sobre tecnología

Las empresas licitadoras deberán presentar un informe de tendencias que debe contener un análisis de los principales retos y oportunidades que impulsarán la transformación digital y afectarán en la vida cotidiana de la ciudadanía en relación con cada una de las tres temáticas propuestas por Mobile Week.

El resultado será la **identificación de entre 4 y 6 tendencias por cada uno de los temas principales, identificando el público objetivo** más adecuado al que el contenido sobre esa temática irá dirigido.

El objetivo de la investigación de este informe es obtener un mapeo por cada uno de los temas principales, tendencias que se traducirán en subtemas y públicos en los que mayormente repercute y/o genera el mayor impacto, que plasme de que se está hablando actualmente, cuáles son los temas de mayor impacto.

Derechos Digitales		Habilidades profesionales digitales y el papel de la educación		Cultura digital: cultura y creatividad, entretenimiento y nuevos medios digitales	
Tendencia 1	Público objetivo	Tendencia 1	Público objetivo	Tendencia 1	Público objetivo

Tendencia 2	Público objetivo	Tendencia 2	Público objetivo	Tendencia 2	Público objetivo
Tendencia 3	Público objetivo	Tendencia 3	Público objetivo	Tendencia 3	Público objetivo
Tendencia 4	Público objetivo	Tendencia 4	Público objetivo	Tendencia 4	Público objetivo
Tendencia 5	Público objetivo	Tendencia 5	Público objetivo	Tendencia 5	Público objetivo
Tendencia 6	Público objetivo	Tendencia 6	Público objetivo	Tendencia 6	Público objetivo

A modo de ejemplo y de forma esquematizada el entregable en este apartado será:

- Informe de tendencias que englobe el análisis de las 3 temáticas principales indicando la metodología y las fuentes de información utilizadas.
- El informe deberá concluir con la identificación y propuesta, para cada uno de los 3 temas principales, de entre 6 y 8 tendencias que se traducirán en subtemáticas.
- Propuesta los públicos objetivos para cada una de las tendencias identificadas.

1.2 Convocatoria abierta de propuesta de actividades

En la edición de Mobile Week Barcelona 2022, por primera vez, con el objetivo de hacer crecer la Mobile Week Barcelona y colaborar con el tejido público, privado y social de la ciudad, se lanzó una convocatoria que llama a entidades locales a presentar su candidatura para organizar una actividad en el marco de la edición del evento en 2022.

Resultado de esa convocatoria 27 entidades participaron en la confección de la agenda de actividades y realizaron al menos una actividad durante la semana.

La mayor parte de entidades que participaron realizaron la actividad programada en sus propias instalaciones y a aquellas que no disponían de espacio físico, a través de la agencia adjudicataria y Mobile Week, se facilitó un espacio sin coste para poder llevar a cabo la actividad.

La agencia adjudicataria impulsará una convocatoria abierta para captar entidades públicas o privadas que aborden principalmente las temáticas propuestas por Mobile Week y los subtemas propuestos resultado del informe de tendencias de tecnología y que deseen colaborar en el diseño de la programación aportando una actividad a la agenda de contenidos en el marco de Mobile Week Barcelona 2023.

Será responsabilidad de la agencia adjudicataria la planificación, lanzamiento, dinamización activa para que las entidades participen, coordinación de necesidades y seguimiento hasta la ejecución de la actividad y el cierre de la misma.

A la finalización de la convocatoria, la empresa adjudicataria realizará una preselección en base a los criterios propuestos y consensuados con el equipo de Mobile Week para cada una de las

propuestas incluidas en cada temática principal para obtener el mayor abanico de subtemas propuestos y públicos a los que llegarán las actividades a través de la programación.

Se estima en torno a 35 actividades como resultado de la selección final para incorporar en la agenda de contenidos. Para obtener 35 actividades seleccionadas, se estima que deberán presentarse en torno a 60 entidades, de tal forma que haya margen para poder seleccionar las mejores propuestas.

Una vez se hayan seleccionado las entidades y sus actividades se continuará con tareas de secretaría técnica y se pondrán en marcha los planes para captación de públicos para las actividades.

El medio para comunicar esta convocatoria será a través de la página web de Mobile Week (mweek.com) y mediante captación comercial directa, lo que requiere llevar a cabo un mapeo de entidades que trabajen con los temas propuestos y/o con los públicos a los que se dirigen los subtemas propuestos a través del informe de tendencias.

La empresa licitadora será responsable de al menos, las siguientes tareas:

- Desarrollar las bases de participación de la convocatoria, estableciendo las contraprestaciones tanto por parte de MWCcapital como por parte de la entidad que participa.
- Realizar una propuesta sobre los criterios de selección de entidades a incluir en las bases de participación.
- Crear el contenido en la web de Mobile Week para el lanzamiento, mantenimiento, seguimiento y cierre de la convocatoria.
- Crear los formularios de inscripción.
- Enviar las comunicaciones correspondientes.
- Realizar un mapeo de entidades, principalmente con base en la ciudad de Barcelona de entidades públicas y privadas que aborden los subtemas propuestos en base a las conclusiones del informe de tendencia de tecnología para entrar en contacto y proponer participar en la convocatoria.
- Mantener contacto continuado con las entidades.
- Realizar el seguimiento de las propuestas.
- Establecer acuerdos de difusión para lograr el máximo alcance en comunicación.
- Coordinación con las entidades seleccionadas para la recopilación de la información relativa a la actividad organizada.
- Gestionar la entrada de datos en las agendas de actividades de la web de Mobile Week
- Realizar los envíos de material pertinentes para asegurar la visibilidad de *branding* tanto en formato impreso como digital.
- Velar por el cumplimiento de la imagen gráfica de Mobile Week y Mobile World Capital.
- Asegurar que las entidades participantes cuentan con los materiales de branding necesario para dar visibilidad a la actividad, offline y online.
- Facilitar mediante las gestiones correspondientes, espacios físicos a aquellas entidades que lo soliciten.

- Asegurar que la actividad alcanza un nivel de participación de al menos el 50% de aforo determinado.
- Mantener contacto continuado con las entidades para asegurar una correcta ejecución de la actividad
- Cobertura audiovisual
- Recopilación de información para el cierre y valoración de la actividad

(*) Para aquellas entidades que soliciten espacio físico para llevar a cabo sus actividades, se facilitarán las gestiones oportunas para asignar espacio y realizar la actividad. Los espacios con los que se podría contar forman parte de la red de Ayuntamiento de Barcelona siendo estos, bibliotecas y centros cívicos entre otros. Mobile Week colaborará en la selección de estos espacios.

Las empresas licitadoras deberán presentar un plan global calendarizado de gestión de convocatoria con una propuesta detallada de las tareas y necesidades en todas las fases:

- Planificación: incluyendo documento de propuesta con bases de convocatoria, contraprestaciones y criterios de selección y un mapeo de potenciales entidades públicas y privadas a las que presentar la convocatoria.

Este mapeo deberá incluir como mínimo,

- o Nombre de la entidad
- o Tipo de entidad: publica, privada, si es una asociación, fundación, colectivo...
- o Tipos de actividades que realizan
- o Público al que dirige sus actividades
- o Si cuentan con una comunidad consolidada
- o Email y Teléfono de contacto
- Lanzamiento: incluyendo propuesta de contenidos, difusión y promoción.
- Dinamización: plan de actuación con la propuesta de mapeo de potenciales entidades a las que presentar la convocatoria y propuesta de materiales de promoción.
- Cierre de la convocatoria: plan de cierre y actuaciones hasta la selección final.
- Seguimiento: plan de secretaría técnica y medios personales adscritos de atención y seguimiento con las entidades seleccionadas. Plan de seguimiento de inscripciones y plan de cobertura audiovisual.
- Cierre y valoración: plan de acción de cierre y recopilación de información.

Se establece un calendario tentativo de actuaciones, siendo este:

2022	
Octubre	Preparación convocatoria y lanzamiento
Noviembre y diciembre	Dinamización convocatoria y recepción de propuestas
Previo periodo vacacional Navidad	Preselección de propuestas, selección final y comunicación a entidades
2023	

Enero y febrero	Configuración de la agenda de contenidos y secretaria técnica
Febrero y marzo hasta inicio Mobile Week Barcelona	Campaña de medios y captación de público asistente y seguimiento de inscripciones
Del 13 al 19 de marzo	Seguimiento y servicios audiovisuales
20 de marzo – 31 marzo	Cierre y valoración final

1.3 Gestión del contenido propio de MWCcapital, entidades patronas y colaboradores.

La segunda vía por donde se gestionarán actividades de la agenda será a través de actividades propias con origen en Mobile Week, MWCcapital, sus programas, así como procedentes de entidades públicas y privadas que tengan relación con la entidad.

En este caso, Mobile Week será responsable del scouting de estas actividades y será responsabilidad de la empresa adjudicataria del contrato, todas las tareas necesarias para ejecutar la actividad, incluyendo búsqueda y selección de espacios en caso necesario y todas las tareas requeridas hasta el cierre y valoración del contenido.

La empresa adjudicataria del contrato será responsable, al menos de:

- Coordinación de necesidades de ejecución con las personas de contacto que el equipo de Mobile Week designe.
- Gestionar la entrada de datos en las agendas de actividades de la web de Mobile Week
- Realizar los envíos de material pertinentes para asegurar la visibilidad de *branding* tanto en formato impreso como digital
- Facilitar mediante las gestiones correspondientes, espacios físicos a aquellas entidades que lo soliciten.
- Velar por el cumplimiento de la normativa de imagen gráfica de Mobile Week y MWCcapital.
- Asegurar que la actividad alcanza un nivel de participación de al menos el 50 % del aforo determinado.
- Mantener contacto continuado con las entidades para asegurar una correcta ejecución de la actividad
- Cobertura audiovisual
- Recopilación de información para el cierre y valoración de la actividad

(*) Para aquellas entidades que soliciten espacio físico para llevar a cabo sus actividades, se facilitarán las gestiones oportunas para asignar espacio y realizar la actividad. Los espacios con los que se podría contar forman parte de la red de Ayuntamiento de Barcelona siendo estos, bibliotecas y centros cívicos entre otros. Mobile Week colaborará en la selección de estos espacios.

Se estiman en torno a 10 entidades a gestionar en esta segunda vía.

1.4 Plan de captación de públicos:

Fruto de las conclusiones del informe de tendencias en tecnología, se establecen los públicos objetivos a los que van dirigidos los subtemas y, por tanto, las actividades.

El objetivo del plan de captación es asegurar un mínimo del 50% de aforo en cada una de las actividades propuestas en la agenda.

Esta captación será no solo a través de la campaña de medios sino también, a través del mapeo de entidades que trabajen con los temas y/o públicos y conseguir pactar una audiencia que asistirá a las actividades.

Las empresas licitadoras deberán presentar un plan de captación de públicos que responda a los públicos objetivos a los que van dirigidos los subtemas.

El plan de captación de públicos deberá incluir como mínimo la siguiente información:

- Mapeo de entidades que trabajen con los públicos a los que se dirigen los contenidos.
- Información general sobre la entidad.
- Perfil de público con el que trabaja la entidad y relación con el público objetivo al que se dirigen las actividades.

Este mapeo deberá incluir listados de entidades específicas con las que entrar en contacto, ofrecer la asistencia a las actividades y cerrar acuerdos para pactar una audiencia que asista a las actividades.

Las empresas licitadoras deberán presentar un plan de captación de públicos que incluya como mínimo la información propuesta en este apartado y amplie acciones reales de captación para dinamizar la asistencia a las actividades propuestas en la agenda.

Las acciones que se propongan en esta propuesta serán vinculantes para ejecutar por parte de la empresa licitadora bajo el presupuesto contemplado en este apartado.

Estas entidades podrían ser entre otras:

- Casals de personas mayores
- Casals de niños y adolescentes
- Asociaciones y fundaciones
- Instituciones públicas, ateneos, equipamientos públicos (bibliotecas, centros cívicos...)
- Escuelas, institutos, universidades
- AMPAs (AFAs) de los centros educativos

2. PRODUCCIÓN DE EVENTOS

La empresa adjudicataria será responsable del diseño, producción, organización y ejecución de los actos institucionales y Family Day que engloban el programa siendo estos:

2.1 Rueda de prensa de presentación de la programación

Previo a la fecha de inicio de la Mobile Week, se organizará un evento de presentación para los medios de comunicación e instituciones públicas, agentes clave de influencia y entidades colaboradoras, patronas y patrocinadoras.

Se organizará preferentemente una rueda de prensa para presentar la programación y los detalles de la edición siendo un punto de encuentro de todos los agentes que participan en el desarrollo de Mobile Week Barcelona 2023. MWCcapital se reserva el derecho a incluir en dicha rueda de prensa la presentación del programa Mobile Week Catalunya 2023.

Este acto no incluye público general y únicamente los asistentes participan bajo invitación.

Se solicita a empresas licitadores que presenten un diseño y producción de la rueda de prensa, exceptuando la convocatoria a medios que se gestionará desde MWCcapital.

En esta propuesta se deberá incluir al menos dos (2) acciones de marketing a llevar a cabo para dinamizar e incentivar el acto. Lo que se quiere es llevar a cabo un tipo de acción de marketing de guerrilla que sirva de promoción de la agenda de actividades.

Esta propuesta incluye, al menos:

- Propuesta de localizaciones que cumplan los requisitos para la rueda de prensa
- Diseño, planificación, producción y organización y cierre del evento
- Propuesta de acciones de marketing de guerrilla
- Preparación de los materiales y necesidades para la puesta en escena
- Posibles intervinientes y presentadores en la rueda de prensa
- Gestión de asistencia, envío de invitaciones y seguimiento de confirmados.

El acto deberá ser retransmitido por streaming y deberá poder conocerse los medios que han asistido vía online.

La asistencia a la rueda de prensa de Mobile Week se estima en torno a 50 personas.

2.2 Acto de inauguración

Con motivo de la inauguración de Mobile Week Barcelona 2023, se organizará un evento para ser el pistoletazo de salida de la edición, que sirva de punto de encuentro y presentación al público invitado de la iniciativa y aporte un contenido atractivo a la ciudadanía.

El evento de inauguración se llevará a cabo el lunes 13 de marzo en horario de tarde y se espera que sea un evento al que asistan *stakeholders* relacionados con Mobile Week y la Fundación Mobile World Capital.

Las empresas licitadoras deberán presentar al menos 2 propuestas integrales para la celebración de este acto, desde el diseño del acto, organización, producción, asistencia y gestión onsite del evento.

La asistencia al acto de inauguración de Mobile Week se estima en torno a 80 personas.

2.3. Family Day

Family Day es la propuesta de Mobile Week que se puso en marcha en la edición de 2020 en la ciudad de Barcelona, con el objetivo de compartir una jornada en familia, donde padres e hijos y familiares tuvieran contacto y experimentaran con la tecnología desde una parte más lúdica, con una propuesta de actividades dirigidas a los más pequeños, pero también al público adulto. Se complementará la jornada con oferta gastronómica y musical.

Se utilizará el Family Day para clausurar toda la programación de Mobile Week Barcelona 2023.

La programación del Family Day podrá configurarse a partir de las temáticas principales y puede constar de todos los formatos (conferencias, diálogos y talleres), teniendo en cuenta que el público objetivo son familias con hijos de entre 3 y 12 años.

Algunas de las propuestas de actividades podrían tener origen en la convocatoria abierta de entidades, no obstante, se esperan propuestas de contenido por parte de las empresas licitadoras y un plan de organización de contenidos para alcanzar el máximo número de personas participando en actividades.

Esta jornada se programará el último domingo de la programación con un horario estimado que aborda desde las 10:30 hasta las 17:00 aproximadamente ininterrumpidamente.

Los licitadores, a la hora de plantear la propuesta de diseño y ejecución de la jornada, deberán prever espacios que permitan dejar la distancia de seguridad, que pueda haber un control de acceso y aforo riguroso de los diferentes espacios diseñados, que se puedan tomar controles de temperaturas, etc.

Se prefiere un espacio diáfano para la realización de esta jornada.

Se deberá tener en cuenta, según el diseño y el número de actividades lúdicas que acoge el evento, en cuántas actividades puede participar un asistente infantil y uno adulto.

La asistencia del Family Day se estima en torno a 1000 personas durante toda la jornada.

Será posible que en la programación del Family Day se sumen acciones propuestas por parte de las entidades colaboradoras del programa.

El contenido en forma de actividades que incluye el evento vendrá por tres (3) vías:

- Propuestas aceptadas a través de la convocatoria abierta de actividades
- Propuestas por parte de stakeholders de Mobile World Capital
- Propuestas de la agencia adjudicataria del contrato.

En este sentido, se solicita a las empresas licitadoras que incluyan en su propuesta al menos dos (2) actividades para público adulto y tres (3) actividades para público infantil que formarán parte del contenido de la programación del evento.

Las empresas licitadoras deberán presentar una propuesta integral para la celebración de esta jornada incluyendo al menos los siguientes apartados:

- Diseño, planificación, producción, organización y cierre del evento.
- Posibles localizaciones.
- Propuestas de contenidos para público adulto y público infantil.
- Estimación del total de actividades que se pueden acoger según la localización y el espacio destinado a cada una de ellas.
- Estimación total según el diseño del evento del total de actividades en las que puede participar un niño o niña y un adulto si estuviera durante toda la jornada del evento.
- Propuestas de oferta gastronómica.
- Propuesta musical y de performance o artística.

2.4 Producción técnica

La entidad adjudicataria será responsable frente a MWCcapital de la gestión integral de la planificación, organización y producción técnica de los actos institucionales y Family Day asegurando los mayores estándares de calidad para la correcta ejecución de los mismos.

Se desarrollarán, como mínimo, las siguientes tareas:

- a) Búsqueda, selección, prospección y contratación de los espacios, tanto públicos como privados, para la celebración de las actividades.

Las condiciones mínimas de las localizaciones son:

- Singularidad del espacio para los ciudadanos.
- Equipamiento técnico necesario para la celebración de las actividades.
- Capacidad del aforo adecuado.
- Proximidad a transporte público.
- Accesibilidad para personas de movilidad reducida.

Deben tratarse de espacios adecuados a la imagen de Mobile Week y MWCcapital.

Las localizaciones propuestas tienen que disponer y, en caso contrario, el adjudicatario se responsabilizará de su contratación, de conexión a internet con la capacidad suficiente para soportar una retransmisión en directo de las actividades.

Los licitadores especificarán un listado de espacios públicos y privados donde llevar a cabo el programa de actividades.

Como valor añadido al evento, se valorará muy positivamente que las entidades licitadoras propongan espacios que no sean accesibles para los ciudadanos habitualmente y sea un reclamo de interés para ellos.

- b) Identificación y suministro en todos los espacios, cuando sea necesario, de:
- Material audiovisual como pantallas, microfonía, sonido, iluminación.

- Equipamiento y conexiones necesarias para posibles videoconferencias.
- Iluminación.
- Mobiliario.
- Catering (según necesidades).
- Limpieza de espacios.
- Servicios y equipo de traducción simultánea, si procede.
- Traducción a lenguaje de signos, si procede.
- Staff de producción y de sala en todas las actividades cuándo sea necesario.

En definitiva, todos los recursos necesarios para la ejecución de estas actividades.

- c) Montaje, desmontaje, custodia, traslados y almacenamiento de los elementos técnicos. Será necesario elaborar un plan específico de montaje y desmontaje incluyendo la logística y los recursos necesarios para llevar a cabo las actividades que será compartido con MWCcapital en todo momento.
- d) Propuestas de elementos de branding y acondicionamiento de los espacios y señalética, tanto en formato impreso como online que aporten visibilidad de marca y sirvan para ser producidas por la empresa adjudicataria y distribuir a las entidades y espacios donde se desarrollan las actividades de la agenda.

Los licitadores deberán presentar en sus propuestas, el diseño, producción y distribución de los elementos de comunicación tanto online como offline y serán vinculantes para ejecutar.

Además, desde la dirección de Mobile Week se podrá asignar formatos de comunicación que provengan del propio Ayuntamiento de Barcelona y/o otros partners asociados a la MWCcapital.

3. SECRETARÍA TÉCNICA

3.1 Planificación: plan de trabajo y cronograma

El adjudicatario se encargará de la planificación, producción y ejecución de las actividades recogidas en el presente documento y que conforman la programación de Mobile Week Barcelona 2023.

Se deberán elaborar dos (2) documentos que recojan un plan de trabajo y un cronograma que recojan toda la gestión del proyecto, detallando todas las fases, necesidades, tareas, entregables desde el inicio al cierre del proyecto.

Se entiende por plan de trabajo un documento que recoja el conjunto de acciones y listado de tareas detalladas que se van a llevar a cabo para ejecutar las actividades propuestas, teniendo en cuenta tanto los recursos humanos como los materiales, y que responda a las preguntas de: qué hay que hacer, quién lo va a hacer, de qué manera y cuándo.

Se entiende por cronograma un documento que recoge el calendario de trabajo incluyendo los períodos de inicio y fin de las acciones – tareas que se van a realizar durante la duración del proyecto.

Ambos documentos servirán de visualización y guía para el seguimiento de las fases del proyecto, sus tareas asignadas y los plazos estipulados.

Estos documentos deberán incluir, como mínimo, los siguientes conceptos:

- Incorporación del equipo.
- Reuniones de seguimiento & minutas de cada reunión
- Hitos
- Tareas
- Entregables
- Contenidos
- Producción técnica
- Post evento
- Entrega Informe final

Queda establecido el período de tiempo en el que se han de programar las actividades **del 13 de marzo al 19 de marzo de 2023**, ambos inclusive (*), en la ciudad de Barcelona.

() Estas fechas están sujetas a posibles modificaciones. No obstante, a efectos de la preparación de las ofertas, se deberán tener en cuenta estas fechas.*

3.2 Medios personales adscritos a la prestación del servicio

Para la correcta planificación y ejecución del proyecto se requiere un mínimo de:

- Un/a responsable de proyecto que organice el desarrollo, ejecución y cierre del proyecto, que coordine al resto de miembros del equipo dedicado al proyecto, sus tareas y entregables y tenga toda la visibilidad de la situación del proyecto en cualquier momento. Esta figura de responsable actuará de interlocutor principal junto con el miembro designado por Mobile Week.
- Equipo de contenidos a cargo de la convocatoria abierta de actividades y las labores de secretaría técnica una vez resuelta la convocatoria, el contenido de los actos institucionales y Family Day. Se designará un miembro del equipo como responsable de contenidos.
- Equipo de secretaría técnica que se encargará de centralizar la información, coordinar los diferentes aspectos para el desarrollo de las actividades y ofrecer un asesoramiento para mejorar el flujo de información, datos y gestión que manejan.
- Equipo de producción, responsable de la producción de los actos institucionales y Family Day.
- Un/a responsable de comunicación: será el interlocutor con el miembro designado por Mobile Week y centralizará toda la información referente al plan de comunicación.

- Un/a especialista en redes sociales.
- Un/a especialista en actualización y mantenimiento web.
- Un/a diseñador gráfico (mínimo)

Se requiere que estos perfiles participen del proyecto de forma estable desde el inicio hasta el cierre. Las personas responsables estarán claramente diferenciadas, y participarán de todas las reuniones de estatus en la duración del proyecto.

Se deberán especificar las personas involucradas en cada una de las áreas del proyecto, sus funciones y responsabilidades y su trayectoria profesional incluyendo los periodos de trabajo desde su incorporación al proyecto, el tiempo dedicado al proyecto y desvinculación al mismo.

3.3 Secretaría técnica

Las actuaciones de secretaría técnica consisten en las siguientes:

1. Logística de actividades, ponentes, talleristas, moderadores y colaboradores:

La entidad adjudicataria ha de realizar toda la logística de actividades, ponentes, talleristas, moderadores y colaboradores que participen en las diversas actividades de la semana.

Se entiende por logística en este caso a todas las tareas necesarias para la planificación y gestión del flujo de materiales e información incluyendo sistemas de control de la información entre las entidades procedentes de la convocatoria que colaboran aportando contenido a la programación y a los participantes en la actividades de las actividades con origen en la Fundación Mobile World Capital No se incluye en dicha licitación los posibles pagos de traslados ni alojamiento pero sí facilitar las gestiones para llevarlos a cabo.

A continuación, se explican las funciones mínimas a desarrollar en este punto:

- a) Recopilación de datos personales, biográficos, imágenes y cualquier dato relevante que sea de utilidad al proyecto.

Se firmará el correspondiente contrato de encargo de tratamiento entre la entidad adjudicataria y MWCcapital.

- b) Homogeneización de textos correspondientes a biografías, fotografías de los participantes para los formatos on y offline y las descripciones de las actividades de la agenda. Ello significa que la entidad adjudicataria del contrato tendrá que homogeneizar los textos de la programación de Mobile Week así como responsabilizarse de la gestión de la entrada de datos en la web. Los contenidos se elaborarán en dos (2) idiomas (catalán y castellano)

- c) Gestión de espacios para aquellas entidades que soliciten localización física o virtual para ejecutar su actividad. Los espacios con los que se podría contar forman parte de la red de Ayuntamiento de Barcelona siendo estos, bibliotecas y centros cívicos entre otros. Mobile Week colaborará en la selección y contacto de estos espacios.
- d) Realizar el contacto directo y continuado con los participantes y siempre bajo el paraguas de Mobile Week y MWCcapital.
- e) Gestión de viajes, alojamiento y traslados cuando sea necesario.
- f) Atención y *hospitality* a miembros colaboradores en las actividades de las actuaciones procedentes de Mobile Week, la Fundación Mobile World Capital, sus entidades patronas y colaboradores durante el evento.
- g) Envío de cartas de agradecimiento y encuesta de satisfacción una vez el evento haya finalizado a todos los implicados, desde localizaciones públicas y privadas, colaboradores, ponentes, usuarios etc.

2. Gestión de proveedores y gastos asociados

La entidad adjudicataria deberá gestionar de manera íntegra a todos los proveedores del proyecto sin que MWCcapital asuma coste alguno por esta gestión.

La gestión y los costes derivados de la programación de contenidos y de las actividades a realizar en el marco de la Mobile Week correrán a cargo de la entidad adjudicataria.

3. Gestión de bases de datos

El adjudicatario, al finalizar el proyecto, entregará todas las bases de datos solicitadas en el proyecto con todos datos requeridos.

Algunas de estas bases de datos son:

- Localizaciones
- Expertos
- Actividades por tipo de público
- Actividades según tema y subtema
- Relación de inscritos y asistencia a las actividades.

En todas las comunicaciones con entidades públicas y privadas se actuará siempre bajo el nombre de Mobile Week y los contactos generados pasarán a formar parte a la base de datos de Mobile World Capital.

Se facilitarán las plantillas con los campos correspondientes de bases de datos al inicio del proyecto.

4. Preparación de dossieres

El adjudicatario se encargará de la elaboración de dossieres de información del evento, tales como, dossier con información preliminar, convocatoria abierta de actividades, rueda de prensa, inauguración, Family day, actividades programadas de la agenda, ponentes / expertos relevantes, dossier con resumen final, entre otros. Los contenidos de estos dossieres se elaborarán en dos (2) idiomas (catalán y castellano).

5. Plataforma de registro de asistentes y atención a usuarios

El adjudicatario será responsable de realizar la convocatoria y el seguimiento constante de las inscripciones de los asistentes en todas las actividades propias del programa de Mobile Week a través de las plataformas de MWCcapital.

El adjudicatario será responsable de responder a las cuestiones que lleguen a las cuentas de email asociadas al proyecto y tengan que ver con el desarrollo del programa de actividades de forma íntegra.

Antes y después de cada actividad, el adjudicatario deberá realizar una planificación de actuaciones a realizar y ofrecer servicios propios de atención y seguimiento.

Se deberá realizar un seguimiento periódico del avance las inscripciones en todas las actividades de la agenda que será compartido con Mobile Week junto con las acciones de mejora para incentivar las actividades con menor porcentaje de inscripciones, según el plan de captación de públicos.

6. Licencias, permisos y seguros

Los licitadores deberán asumir la gestión integral de licencias, permisos y pólizas de seguros necesarios para la realización de los trabajos objeto de este contrato y todos los gastos asociados correrán por cuenta exclusiva de la entidad adjudicataria.

7. Cierre del proyecto e Informe final

El adjudicatario deberá elaborar un informe de cierre y entregarlo, como máximo, en un plazo de 10 (diez) días naturales después de la finalización del evento.

Dicho informe debe contener un balance general del evento, resultados compuestos por indicadores tanto cuantitativos como cualitativos, así como una propuesta de mejoras para próximas ediciones y una encuesta de satisfacción.

Mobile Week dará indicaciones de la información mínima y los indicadores que deberán tenerse en cuenta a la hora de elaborar este informe.

El informe se entregará en un único dossier y en formato digital e incluirá lo expuesto anteriormente junto con las bases de datos correspondientes y el material audiovisual generado.

Se enviará por email el informe al equipo de Mobile Week asignado y la empresa adjudicataria organizará una reunión de presentación de resultados al día siguiente de la entrega del informe para presentar los resultados y compartir feedback.

4. Comunicación

La entidad adjudicataria deberá diseñar y ejecutar un plan de comunicación integral que incluya un plan de comunicación offline y online, así como el desarrollo de un plan de contenidos audiovisual global que incluya todas las fases del proyecto, desde su lanzamiento a cierre.

La entidad adjudicataria contará con los canales de comunicación de MWCcapital, Mobile Week y sus colaboradores, como, por ejemplo, los canales de comunicación del Ayuntamiento de Barcelona. Los contenidos que se publiquen en éstos se gestionarán a través del equipo de Mobile Week.

Asimismo, la entidad adjudicataria se coordinará en todo momento con el equipo de comunicación de Mobile Week para llevar a cabo todas las acciones propuestas en el plan de comunicación.

Todos los costes derivados del plan de comunicación, incluyendo campañas de *paid*, estarán incluidos en la oferta económica de la entidad adjudicataria.

Los objetivos del plan de comunicación y de los contenidos relacionados con Mobile Week Barcelona 2023 son:

- Aumentar la notoriedad de Mobile Week Barcelona como evento de referencia en el ámbito de acercar la tecnología a la ciudadanía.
- Impactar principalmente en la ciudadanía de Barcelona y, más concretamente, a personas y colectivos atraídos y a la vez afectados por los cambios que la tecnología, la transformación digital y las brechas digitales conllevan en la vida cotidiana.
- Comunicar la iniciativa, dar visibilidad a las entidades, ponentes y las actividades programadas de la agenda.
- Apoyar la estrategia de captación de públicos para actividades.
- Generar contenidos procedentes de la actividad que se ha realizado durante el evento, tipo streamings, artículos, videos... (todos aquellos contenidos que puedan utilizarse posteriormente al evento y que sean relevantes para los públicos de Mobile Week)

- Fortalecer las relaciones entre MWCcapital, Mobile Week con las entidades públicas y privadas que participen, entidades colaboradoras y agentes de influencia que participen en el desarrollo del evento.
- Contar con una estrategia de relacional que permita mantener o estrechar los vínculos con entidades o personas de interés para Mobile Week.

Las temáticas tratadas en los contenidos comunicativos serán validadas con el área de marketing y comunicación de Mobile Week, con el objetivo de garantizar la coherencia editorial del mismo con el proyecto y maximizar las oportunidades de comunicación asociadas.

Todos los servicios asociados a la presente licitación serán prestados bajo la supervisión y control de la persona designada por Mobile Week.

la entidad adjudicataria debe presentar un plan de comunicación que tenga en cuenta los objetivos y que cuente como mínimo con los apartados detallados a continuación:

4.1 Plan de comunicación offline

- a) Marco referencial de la definición, objetivos y alcance del plan de comunicación teniendo en cuenta, como mínimo lo expuesto anteriormente.
- b) Definición de públicos. En base a la prospección de públicos ya realizada en el apartado técnico de esta licitación, la entidad adjudicataria propondrá una estrategia concreta para los públicos a los que se pueda acceder con el plan de comunicación.
- c) Calendarización de las acciones de la campaña
- d) Propuestas de materiales de branding de impresión, en gran y pequeño formato:
 - Carteles
 - Postales
 - Banderolas
 - Programas de mano
 - Photocall
 - Roll-up
 - Banderolas
 - Opis y mupis
 - Autobuses
 - Tarjetones
 - Elementos de señalización tipo: cartel para atril
 - Propuestas creativas de *merchandising*: bolsas totebag, pins, camisetas o bolígrafos, entre otras.
- e) Propuestas de espacios o lugares de distribución de los materiales que incluya previsión de alcance y control y monitorización
- f) Marketing de guerrilla
La empresa adjudicataria propondrá una acción de marketing de guerrilla para ejecutar la semana previa al inicio del evento. Esta acción contará con una estrategia y planificación, con los siguientes puntos:

- Definición
- Objetivos
- Públicos
- Espacios (físicos o digitales)
- Calendarización
- Necesidades técnicas
- Presupuesto
- Plan de ejecución
- KPIs

El proyecto debe realizarse al aire libre, en la ciudad de Barcelona. Algunos ejemplos interesantes que indican el estilo de acción:

- Espacio pop-up: [Ingeniosa pop-up store en forma de caja de zapatos \(informabtl.com\)](http://informabtl.com)
- Pantalla y mandos en la calle para jugar a videojuegos: [El 'Pac-Man' gigante que utiliza un edificio como pantalla | CNN](http://cnn.com)
- Pasos de cebra: [Los pasos de cebra, aliados del Street Marketing - Geobuzón \(geobuzon.es\)](http://geobuzon.es)

4.2 Plan de comunicación online

Mobile Week tiene establecidos como canales online: Instagram, Twitter, YouTube y Vimeo. Este último para la realización de streamings. Además de una plataforma de envío de mailing y Newsletters.

Instagram: [Mobile Week \(@mweek_mwc\) • Fotos y videos de Instagram](https://www.instagram.com/mweek_mwc)

Twitter: [Mobile Week \(@mWeek_MWC\) / Twitter](https://twitter.com/mWeek_MWC)

Youtube: [Mobile Week - YouTube](https://www.youtube.com/channel/UC...)

Vimeo: [MWCcapital Barcelona \(vimeo.com\)](https://vimeo.com/MWCapitalBarcelona)

- a) Planificación, gestión y ejecución de las acciones de la campaña, incluyendo calendarización en cada uno de los canales elegidos.
- b) Gestión integral de las redes sociales de Mobile Week, como mínimo Instagram, Twitter:
 - a. Calendario
 - b. Públicos
 - c. Propuesta de contenidos propios
 - d. Curación de contenidos de terceros
 - e. Publicación
 - f. Seguimiento e interacciones
 - g. Analítica

Se podrán solicitar a la empresa adjudicataria la propuesta de algunos posts para los miembros de portavocía de la iniciativa.

c) Paid media, para Twitter e Instagram con previsión de alcance, control, monitorización e informe de cierre. Se deberá incluir los siguientes apartados:

- Presupuesto
- Calendario
- Públicos
- Canales
- Propuesta de contenidos
- Seguimiento
- Resultados

La propuesta de paid media incluirá la inversión económica a realizar en cada uno de los canales, con un mínimo de inversión de 6.000€.

d) Planificación de estrategia online para el mes posterior al evento Mobile Week Barcelona.

e) Actualización, creación y gestión de contenidos en (2) dos idiomas (catalán y castellano) en la web www.mweek.com. En este apartado, se incluye como mínimo:

- Creación y actualización del landing page de Mobile Week Barcelona 2023
- Creación y actualización de la página de convocatoria abierta de actividades
- Creación de los contenidos del apartado “Preguntas Frecuentes”
- Publicación y actualización de las actividades de la agenda
- Creación y mantenimiento de los formularios de registro

g) Planificación, diseño y envío de newsletters. El adjudicatario realizará los envíos desde la plataforma propuesta por el equipo de Mobile Week y presentará una estrategia de mailing que contenga, como mínimo:

- Objetivos
- Calendarización
- Propuesta de segmentación
- Journeys

h) *Influencer* y Dinamizador/a

Influencer

Se seleccionará 1 (una) persona para que asista a actividades de Mobile Week Barcelona y cree contenido audiovisual, que se lanzará por los canales del programa.

La entidad adjudicataria hará una propuesta de 4 (cuatro) influencers para realizar esta función. De cada uno de los perfiles propuestos, se deberá incluir la siguiente información

- Motivo de su selección
- Tipología de su contenido por el que destaca
- Engagement medio
- Número de seguidores
- Perfil de los seguidores (edad, localización, idioma, intereses).

Los mínimos de publicación son:

- 1 (una) publicación de promoción del evento.
- 2 (dos) actividades de Mobile Week Barcelona, ya sea previo al evento o durante el mismo

Los contenidos se publicarán en los canales del *influencer*. Serán en tipología de publicación permanente (posts o reels, por ejemplo). Los contenidos de tipología efímera (stories de Instagram, por ejemplo), no se contabilizarán en los tres contenidos mínimos de publicación.

Dinamizador/a

Se seleccionará 1 (una) persona para que asista a actividades de Mobile Week Barcelona y cree contenido audiovisual, que se lanzará por los canales del programa.

La entidad adjudicataria presentará un mínimo de tres (3) perfiles aptos para realizar esta función. De cada uno de los perfiles propuestos, se deberá incluir la siguiente información:

- Motivo de su selección
- Trabajos realizados con anterioridad/referencias
- Tipología de público con más afinidad

El dinamizador asistirá a un mínimo de tres (3) actividades diarias, incluyendo actividades de patronos de MWCcapital y el día entero en el Family Day. La entidad adjudicataria hará una propuesta de actividades seleccionadas que el equipo Mobile Week validará.

La entidad adjudicataria deberá facilitar el equipo y el apoyo de personal necesario al dinamizador para que pueda realizar su tarea.

4.3 Branded content

La entidad adjudicataria presentará un mínimo de cinco propuestas de branded content en medios o canales de influencia para los públicos de Mobile Week Barcelona 2023. Cada una de estas propuestas detallará:

- Descripción y justificación del medio o canal
- Objetivos
- previsión de alcance
- Presupuesto

4.4 Producción de contenidos

La entidad adjudicataria asumirá la implicación íntegra de los servicios audiovisuales (videografía y fotografía) asociados a las actividades de Mobile Week Barcelona 2023.

Streaming

Se cubrirán por *streaming* un mínimo de 15 actividades del evento escogidas por el equipo Mobile Week. Estas actividades seleccionadas serán siempre en formato presencial para transformarlas en formato híbrido. En ningún caso se contemplan las actividades planteadas en formato online.

La entidad adjudicataria aportará los recursos materiales y personales necesarios para poder realizar el directo y su correcto lanzamiento por los canales de Mobile Week. Se deberá garantizar la calidad del streaming a nivel técnico (sonorización de los ponentes, correcta iluminación del espacio, calidad de la resolución de imagen).

Los directos se lanzarán por la cuenta de Vimeo de Mobile Week. La empresa adjudicataria, posterior al directo, deberá publicarlos a Youtube editados correctamente, y enlazar el video de YouTube a la actividad de la web.

Audiovisuales:

- Teaser inicial, de duración máxima de 2,20', de presentación de la edición del evento adaptado a los formatos de los canales de Mobile Week.
- Producción de un (1) video promocional de cada entidad/institución que organiza actividades en el evento. Estos videos se adaptarán a los distintos formatos de redes sociales.
- Cuatro (4) videos resumen de temáticas marcadas por el equipo de Mobile Week. Estos videos se adaptarán a los distintos formatos de redes sociales.
- Dos (2) videos resumen de la Mobile Week Barcelona: Uno en formato corto, de máximo 45 segundos, y uno en formato de máximo 2.20'. Ambos videos se adaptarán a los distintos formatos de redes sociales.

La entidad adjudicataria proporcionará un servicio fotografía para todas las actividades de Mobile Week Barcelona, tanto las institucionales, las organizadas por MWCcapital y sus entidades patronas y las organizadas por entidades.

Las fotografías se entregarán al equipo Mobile Week al final de cada jornada, organizadas por actividad.

Las fotografías se entregarán al momento al equipo de redes sociales para la correcta difusión de actividades.

Todos los contenidos audiovisuales se entregarán a Mobile Week correctamente editados y organizados.

Mobile Week se reserva el derecho a pedir los videos en bruto filmados durante la Mobile Week Barcelona para su uso posterior.

- Artículo en profundidad sobre la temática de cada actividad en formato mesa de debate, redactado por la entidad adjudicataria por alguno de los ponentes de la mesa.
- Grabación y edición de 10 videos de corte educativos.
- Estos videos tendrán una duración máxima de 2,20' y se entregarán en los distintos formatos de redes sociales.

4.5 Plan relacional

Identificación de agentes relevantes relacionados con las actividades de la programación y relevantes en las temáticas destacadas de la edición.

La entidad adjudicataria presentará una estrategia relacional con los agentes identificados, que incluya propuestas de creación de contenido audiovisual y relación por redes sociales con estos.

La entidad adjudicataria también presentará una estrategia relacional con organizaciones del ámbito cultural, tecnológico, académico, artístico y científico, o vinculadas a los públicos y temáticas de Mobile Week Barcelona. Esta propuesta incluirá, como mínimo:

- Estrategia de difusión conjunta
- Aparición en Newsletters externas a MWCcapital
- Publicación de contenidos promocionales de Mobile Week en plataformas externas: (Webs, blogs, agendas...)

Imagen grafica

La imagen gráfica de la campaña vendrá determinada por Mobile Week y la labor de la empresa adjudicataria será la de adaptar la imagen a los materiales gráficos tanto online como offline.

Estas adaptaciones se realizarán tanto a los contenidos de uso propio por Mobile Week, el Ayuntamiento de Barcelona y las entidades participantes, teniendo en cuenta sus necesidades (canales, programa...).

La empresa adjudicataria tendrá, como mínimo, las siguientes responsabilidades:

- Validar el correcto uso de la imagen gráfica en todos los materiales, tanto los creados por entidades, como instituciones y los propios. Esta validación se llevará a cabo con la supervisión del equipo Mobile Week.
- Organizar y liderar una reunión inicial conjunta, antes de la celebración del evento, con las entidades participantes para explicar el correcto uso de la imagen gráfica. Esta reunión se pactará con el equipo Mobile Week, que también estará presente.
- La entidad adjudicataria realizará reuniones individualizadas o por grupos con las entidades participantes para explicar y garantizar en buen uso de la imagen gráfica, así como la planificación de contenidos promocionales de estas.
- Proporcionar a las entidades participantes los materiales relacionados con la imagen gráfica en un formato que éstas puedan usar para adaptar a sus propios contenidos.
- Crear los materiales propios con la imagen gráfica usada correctamente y adaptado a cada canal por el que se difundan.
- Crear un toolkit para las entidades con los materiales gráficos. Este toolkit se realizará con antelación y bajo la supervisión del equipo Mobile Week, quien marcará los contenidos necesarios.

COMPROMISOS DE COMUNICACIÓN A DESARROLLAR POR MWCAPITAL

MWCapital se compromete a complementar la comunicación y difusión de la Mobile Week Barcelona 2023 que deba realizar el adjudicatario mediante las siguientes acciones:

- Convocatoria de ruedas de prensa, encuentros con medios y convocatorias de presentación del evento.
- Notas de prensa enviadas a toda la base de datos de medios y agencias de MWCapital.
- Promocionar el proyecto a través de los canales digitales y redes sociales de MWCapital, entre ellos:
- Incluir piezas promocionales en los acuerdos de *media partnership* que cierre MWCapital con medios relevantes.

En Barcelona, a 13 de julio de 2022



Cristina Colom
Digital Future Society Director