

## INFORME JUSTIFICATIVO DE LA NECESIDAD E IDONEIDAD DE CONTRATAR LA PRESTACIÓN DE UN SERVICIO DE RELACIONES PÚBLICAS Y GABINETE DE PRENSA PARA EL PROGRAMA DIGITAL FUTURE SOCIETY (Exp. 31/2020)

---

### 1. Naturaleza y extensión de las necesidades que pretenden cubrirse con el contrato. Idoneidad del objeto y su contenido.

La Fundació Barcelona Mobile World Capital Foundation (en adelante, la “**Fundación**” o “**MWCapital**”) fue constituida el 13 de marzo de 2012 con el fin de gestionar la capitalidad mundial de la telefonía móvil durante el período de 2012 a 2023, así como promover actividades tendentes a la promoción del uso de la tecnología móvil.

MWCapital está gobernada por un Patronato del que forman parte el Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital, la Generalitat de Catalunya, el Ayuntamiento de Barcelona, Fira de Barcelona, GSMA, como miembros fundadores, junto con Telefónica, Vodafone, Orange, Damm y Caixabank.

GSMA Ltd. es una filial propiedad de GSM Association, que es la organización que representa los intereses del sector de las comunicaciones móviles en todo el mundo. GSM Association cubre 219 países, reúne a más de 800 operadores de telefonía móvil y a más de 200 empresas del ecosistema móvil en todo el mundo, incluyendo fabricantes de teléfonos, compañías de software, proveedores de equipamiento y compañías de internet, entre otros.

Como parte de estas actividades, GSMA es la propietaria y produce los acontecimientos más importantes a nivel mundial en el sector de la telefonía móvil, incluyendo su evento más destacado, el Mobile World Congress (en adelante, “MWC”) que tiene su encuentro anual principal en la ciudad de Barcelona. Con sus conferencias sobre liderazgo y sus exposiciones, en las que se presentan tecnologías y productos con la tecnología más innovadora, MWC atrae a los directivos de las compañías más grandes e influyentes del mundo de la industria de la telefonía móvil y sectores adyacentes, así como a delegaciones gubernamentales.

Dentro de sus iniciativas, MWCapital impulsa el programa Digital Future Society que, junto a la Vicepresidencia Tercera del Gobierno - Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital, aspira a posicionar a Barcelona como la capital mundial del humanismo tecnológico, promocionando el debate y aportando soluciones concretas a los desafíos globales de la emergencia digital desde una perspectiva social, humanista, inclusiva y de crecimiento equitativo, en línea con la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible. Digital Future Society es una iniciativa que promueve un consorcio global de expertos en tecnología, académicos, corporaciones, organizaciones cívicas, legisladores, gobiernos y emprendedores para entender, gestionar y superar los retos éticos, legales y de inclusión derivados de la transformación digital de las sociedades. De forma concreta, el programa Digital Future Society busca crear un ámbito de reflexión y cocreación que aproveche la tecnología para crear soluciones digitales que permitan una sociedad inclusiva, justa y sostenible, impulsada y liderada por los ciudadanos.

Atendiendo a la misión de MWCcapital y al objetivo de Digital Future Society es necesario contratar un servicio relaciones públicas y gabinete de prensa que permita dar salida, a título enunciativo y no limitativo, a las siguientes necesidades relacionales y de comunicación:

1. Permita gestionar las relaciones con los medios de comunicación de forma ordenada.
2. Ayude a posicionar e incrementar la visibilidad del programa y sus iniciativas desarrollados en medios tradicionales y digitales de renombre a nivel local, nacional e internacional.
3. Garantice la prestación de servicios de relaciones públicas y gabinete de prensa para la preparación, acompañamiento y celebración de un foro global anual que aspira a posicionar Digital Future Society como un encuentro mundial de referencia en el campo del humanismo tecnológico.
4. Genere un diálogo fluido con los sectores en los que MWCcapital desarrolla su actividad, comprendiendo empresas, administraciones y otras instituciones relacionadas.

En la medida en que el objeto de esta contratación está comprendido en el de los contratos regulados en la normativa en materia de contratación pública, y dada la consideración de MWCcapital como entidad del sector público que tiene la consideración de poder adjudicador no administración pública, la prestación de dicho servicio debe ser objeto de licitación al amparo de lo dispuesto en la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público (en adelante, "LCSP").

Finalmente, hay que tener en consideración la falta de medios propios para la ejecución del contrato por parte de MWCcapital dado que no cuenta con personal en plantilla con las atribuciones objeto del contrato ni puede asumir la dimensión que abarca esta prestación.

## **2. Objeto y naturaleza del contrato**

El objeto del contrato consiste en la prestación de un servicio de relaciones públicas y gabinete de prensa para el programa Digital Future Society, en los términos y condiciones definidos en el pliego de prescripciones técnicas.

La naturaleza de este contrato se corresponde con la de un contrato de servicios, al amparo de lo previsto en el artículo 17 de la LCSP.

Código CPV: 79416000-3 (*Servicios de relaciones públicas*)

## **3. División en lotes**

El contrato no se divide en lotes en la medida en que la realización independiente de las diversas prestaciones comprendidas en su objeto dificultaría la correcta ejecución del mismo desde el punto de vista técnico.

#### 4. Procedimiento de adjudicación

La naturaleza del contrato, sus características, y su valor estimado comportan tramitar la licitación por el procedimiento abierto (no armonizado) como procedimiento ordinario de adjudicación. Asimismo, corresponde la tramitación ordinaria, dado que no se advierten motivos excepcionales que precisen de una mayor celeridad.

#### 5. Órgano de contratación

Director General de la Fundación

#### 6. Presupuesto base de licitación y valor estimado del contrato

El presupuesto base de licitación del contrato, IVA excluido, es de **CIENTO CATORCE MIL CIENTO CINCUENTA EUROS (114.150€)**. La partida de IVA (21%) es de VEINTITRES MIL NOVECIENTOS SETENTA Y UN EUROS CON CINCUENTA CÉNTIMOS (23.971,50 €).

De conformidad con lo dispuesto en el artículo 100.2 de la LCSP, el precio del contrato se justifica mediante el siguiente desglose:

CONCEPTO	IMPORTE
Ideación y conceptualización del plan de comunicación y las correspondientes acciones (estrategia)	10.000€
Gestión de acciones de relaciones públicas y participación en eventos- propios o de terceros-, con los posibles refuerzos de equipo necesarios (no incluye gastos de producción, ni viajes)	12.000€
Redacción y generación de contenidos informativos y material de opinión	22.150€
Establecer un relacional constante con medios de comunicación en todos los niveles y gestión del gabinete de prensa	30.000€
Mediapartners / Branded Content	40.000€
<b>IMPORTE TOTAL</b>	<b>114.150€</b>

El valor estimado del contrato, considerando una prórroga de un (1) mes para dar continuidad a las necesidades que son objeto del presente contrato, es de **CIENTO TREINTA Y TRES MIL CIENTO SETENTA Y CINCO EUROS (133.175€)**

#### 7. Duración

La duración del contrato es de seis (6) meses, a contar desde la fecha de formalización del contrato.

La duración propuesta permite dar cobertura a la naturaleza y necesidades del contrato, expresadas en el punto primero de este informe. Se han tenido en cuenta las características de la financiación del contrato para su correcta ejecución.

Se prevé una prórroga de un (1) mes, de conformidad con lo previsto en el Pliego de Cláusulas Particulares.

## 8. Criterios de solvencia

Todos los licitadores, ya sean nacionales o extranjeros, que deseen concurrir al presente procedimiento de licitación, deberán acreditar la solvencia que se detalla a continuación:

### 8.1. Acreditación de la solvencia económica y financiera

- 8.1.1. Volumen anual de negocios:** El volumen anual de negocios, referido al mejor de los últimos tres (3) ejercicios disponibles, en función de las fechas de constitución o de inicio de actividades del contratista, deberá ser igual o superior a una vez y media el valor estimado del contrato, es decir, igual o superior a 199.762,50 euros.

Medio de acreditación: Este criterio se acreditará mediante la aportación de las cuentas anuales aprobadas y depositadas en el Registro Mercantil correspondientes a los tres (3) últimos ejercicios disponibles, si el empresario estuviera inscrito en dicho registro, y en caso contrario, por las depositadas en el registro oficial en que deba estar inscrito. Los empresarios individuales no inscritos en el Registro Mercantil acreditarán su volumen anual de negocios mediante sus libros de inventarios y cuentas anuales legalizados por el Registro Mercantil.

- 8.1.2. Seguro de responsabilidad civil por riesgos profesionales:** Póliza de seguro de responsabilidad civil por riesgos profesionales asociados a la actividad objeto del contrato.

Medio de acreditación: Este criterio se acreditará mediante la aportación de la póliza de seguro de responsabilidad civil por riesgos profesionales por un importe mínimo de 150.000 euros.

### 8.2. Acreditación de la solvencia técnica o profesional

- 8.2.1. Experiencia:** Una relación de los principales servicios de relaciones públicas y gabinete de prensa realizados durante los tres (3) últimos ejercicios disponibles, en función de las fechas de constitución o de inicio de actividades del contratista, para al menos diez (10) empresas y/o instituciones de relevancia internacional con sede en Barcelona y/o Madrid.

Medios de acreditación:

- a) Una declaración responsable que relacione los principales servicios de relaciones públicas y gabinete de prensa realizados durante los tres (3) últimos ejercicios disponibles, en función de las fechas de constitución o de inicio de actividades del contratista, incluyendo los importes de dichos servicios, las fechas en que fueron prestados y los correspondientes destinatarios.
- b) Adicionalmente, y con el fin de contrastar fehacientemente la experiencia de los licitadores, y del mismo modo que se ha exigido en licitaciones anteriores, éstos deberán aportar la siguiente documentación:
  - Tres (3) ejemplos de notas de prensa (catalán, castellano e inglés).
  - Dos (2) ejemplos de dossieres de prensa (catalán, castellano e inglés).
  - Tres (3) ejemplos de convocatorias a medios (catalán, castellano e inglés).
  - Dos (2) ejemplos de Q&A (catalán, castellano e inglés).
  - Dos (2) ejemplos de clipping obtenido de clientes del ámbito digital a nivel local, nacional e internacional (catalán, castellano y el idioma que corresponda para el clipping internacional a acreditar).
  - Dos ejemplos (2) de acciones dirigidas a medios de comunicación a nivel internacional para empresas y/o instituciones de relevancia global con sede en Barcelona y/o Madrid. El licitador las podrá acreditar mediante las convocatorias o notas enviadas y el clipping obtenido.
  - Dos ejemplos (2) de acciones de relaciones públicas dirigidas a stakeholders para empresas y/o instituciones de relevancia global con sede en Barcelona y/o Madrid. El licitador las podrá acreditar mediante invitación, listas de invitados y de asistentes y fotografías del acto/s.
  - Un (1) ejemplo de plan estratégico de comunicación para un evento/conferencia internacional realizado previamente y ejemplos de los hitos/resultados de comunicación conseguidos

**8.2.2. Relaciones con los medios:** Una relación de al menos treinta (30) periodistas de medios de comunicación nacionales con los que el licitador mantenga relaciones profesionales y diez (10) periodistas de medios internacionales.

Medio de acreditación: Este criterio se acreditará mediante una declaración responsable que relacione dichos medios de comunicación así como los datos profesionales de las personas de contacto o referencia (nombre, apellidos y cargo)

**8.2.3. Opinadores:** Una relación de diez (10) opinadores, tertulianos o influenciadores de ámbito nacional y diez (10) opinadores, tertulianos o influenciadores de ámbito internacional.

Medio de acreditación: Este criterio se acreditará mediante una declaración responsable que relacione dichos opinadores, así como los datos profesionales de la persona de contacto.

- 8.2.4. Instituciones con impacto mediático:** Listado de cinco (5) instituciones públicas y/o privadas que lideran el debate sobre la tecnocracia y el impacto de la tecnología en la sociedad. En este caso no es necesario ceñirse a un ámbito geográfico concreto.

Medio de acreditación: Este criterio se acreditará mediante una declaración responsable que relacione dichas instituciones.

- 8.2.5. Conocimientos específicos en la generación de opinión:** Por razón de la actividad que desarrolla MWCcapital y en concreto, Digital Future Society, los licitadores deberán acreditar conocimientos específicos en el sector económico, innovación, tecnología y el impacto de estas en la sociedad.

Medio de acreditación: Este criterio se acreditará mediante la aportación de tres (3) artículos de opinión publicados en, por ejemplo:

- Medios generalistas
- Medios económicos
- Sectoriales de tecnología/innovación

- 8.2.6. Asignación de un equipo mínimo:** Un equipo mínimo compuesto por un (1) director de cuentas, con un mínimo de ocho (8) años de experiencia en la gestión de cuentas en el ámbito digital a nivel de prensa y relaciones públicas, y dos (2) ejecutivos de cuentas con un mínimo de cinco (5) años de experiencia en el mismo ámbito.

Medio de acreditación: Este criterio se acreditará mediante la presentación de una declaración responsable por la que el contratista se compromete a asignar los recursos mencionados a la ejecución del contrato, acompañando sus currículums y títulos académicos y/o profesionales.

- 8.2.7. Oficina en Barcelona:** Dado que la sede principal de MWCcapital se encuentra en Barcelona y que uno de sus principales objetivos es posicionar a dicha ciudad como hub digital de referencia, el adjudicatario deberá disponer de una oficina en dicha ciudad (o provincia)

Medio de acreditación: Este criterio se acreditará mediante la presentación de una declaración responsable de que efectivamente se dispone de una oficina en Barcelona (o provincia), acompañándola de la documentación que acredite fehacientemente tal circunstancia.

**8.2.8. Oficina en Madrid.** Dado que la actividad de MWCcapital, y en especial la de Digital Future Society, se desarrolla también en Madrid el adjudicatario deberá disponer de una oficina en la provincia de Madrid con el objetivo de maximizar el impacto en toda España y establecer la relación tanto con medios como con stakeholders de todo el país desde allí.

Medio de acreditación: Este criterio se acreditará mediante la presentación de una declaración responsable de que efectivamente disponen de una oficina en la provincia de Madrid, acompañándola de la documentación que acredite fehacientemente tal circunstancia.

**8.2.9. Presencia internacional.** Dada la vocación internacional de la Fundación, que se relaciona con medios de comunicación de todo el mundo, delegaciones internacionales e impulsa proyectos europeos, se requiere la disposición de una red consolidada de colaboradores y/o corresponsales repartidos por al menos cuatro (4) capitales europeas o, alternativamente, la disposición de una (1) oficina en al menos un (1) país anglosajón.

Medio de acreditación: Este criterio se acreditará mediante la presentación de una declaración responsable por la que el contratista dispone, efectivamente, de una red consolidada de colaboradores y/o corresponsales repartidos por al menos cuatro (4) capitales europeas, acompañando la relación de colaboradores y/o corresponsales con expresa indicación de los países o mercados que cubren, o bien una declaración responsable de que efectivamente disponen de una (1) oficina en al menos un (1) país anglosajón.

## 9. Criterios de adjudicación

La selección de la oferta más ventajosa se determinará teniendo en cuenta la mejor relación calidad-precio con el objetivo de obtener ofertas de gran calidad, en aplicación de los criterios definidos de la LCSP y de la normativa municipal en materia de contratación.

La puntuación máxima de la totalidad de los criterios de adjudicación (evaluables mediante juicio de valor y evaluables automáticamente) es de **100 puntos**.

### 9.1. CRITERIOS DE ADJUDICACIÓN SUBJETIVOS O PONDERABLES EN FUNCIÓN DE UN JUICIO DE VALOR (Hasta un máximo de 49 puntos)

#### 9.1.1. Plan de comunicación, integrando relaciones públicas y la gestión del gabinete de prensa (hasta un máximo de 25 puntos)

Se deberá entregar un plan de comunicación, integrando cómo pretenden realizarse las relaciones públicas y la gestión del gabinete de prensa.

De forma concreta, se valorarán los siguientes extremos:

- a) La estrategia de comunicación **(hasta un máximo de 10 puntos)**
- b) La definición de públicos y de objetivos de comunicación tanto para dichos públicos, como objetivos concretos por campañas o acciones sugeridas. **(hasta un máximo de 8 puntos)**
- c) La planificación de las actividades propuestas para la consecución de los objetivos **(hasta un máximo de 7 puntos)**

De cada uno de estos criterios se tendrá en cuenta la estructura, nivel de desarrollo y calendarización, su coherencia, claridad y orden de la información que en ella se contenga.

#### **9.1.2. Equipo de trabajo y recursos adicionales (hasta un máximo de 6 puntos)**

Se deberá entregar un detalle del equipo de trabajo que se pretende adscribir al presente contrato.

De forma concreta, se valorarán los siguientes extremos:

- a) La estructura y dimensionamiento de todo el equipo de trabajo asignado a la prestación objeto del contrato, detallando su dedicación, funciones o roles de cada uno e identificando a los correspondientes interlocutores. **(hasta un máximo de 3 puntos)**

Asimismo, se valorará el planteamiento respecto a la cobertura de bajas, eventuales contingencias y puntas de trabajo

Para la valoración de este criterio se tomará en consideración el grado de detalle, adecuación con los objetivos y la completitud de la propuesta con el fin de permitir una visibilidad adecuada de cómo se planificarán las tareas en el marco del contrato.

Se valorará positivamente que la propuesta contemple que el director y/o los ejecutivos realicen parcialmente parte de su jornada en las oficinas de MWCcapital, siendo obligatorio que los licitadores indiquen, en dicho caso, la concreción y el detalle concreto de compromiso de horas / semana que estos recursos trabajaran desde las oficinas de MWCcapital.

Por otro lado, también se valorará positivamente que alguno de los recursos del equipo de trabajo sea una persona con nivel de inglés nativo o muy alto.

- b) La asignación de recursos adicionales al mínimo exigido en la solvencia técnica, con motivo de eventuales actividades propias de la Fundación y/o la celebración de acontecimientos de gran repercusión mediática **(hasta un máximo de 3 puntos)**

Para la valoración de este criterio se tomará en consideración el perfil de los recursos asignados, que deberá ser cualificado y guardar relación con las tareas a desarrollar en el marco del contrato.

### 9.1.3. Caso práctico (hasta un máximo de 15 puntos)

Digital Future Society produce contenido de valor, a modo de informes, sobre temáticas estratégicas para evaluar el impacto de la tecnología en nuestra sociedad.

Por este motivo, se pide un ejercicio práctico en el que el licitador deberá plantear una propuesta para comunicar el informe "[The future of work in the digital era: The rise of labour platforms](#)".

Se valorarán los siguientes extremos:

- a) Planificación, detalle y creatividad de la propuesta global y acciones concretas planteadas. **(hasta un máximo de 7 puntos)**
- b) Definición de públicos por acción. **(hasta un máximo de 4 puntos)**
- c) Materiales presentados para impactar en los públicos definidos. Ejemplos a título ilustrativo: notas de prensa, artículos de opinión, etc. **(hasta un máximo de 4 puntos)**

De cada uno de estos criterios se tendrá en cuenta la estructura, nivel de desarrollo y calendarización, su coherencia, claridad y orden de la información que en ella se contenga. La propuesta puede presentarse en castellano o en inglés.

### 9.1.4. Modelo de relación y seguimiento (hasta un máximo de 3 puntos)

Se deberá facilitar un documento que explique de forma detallada el modelo relación y seguimiento que proponen los licitadores en el marco del presente contrato.

De forma concreta, se valorarán los siguientes extremos:

- a) Los mecanismos para supervisar el desarrollo y seguimiento del contrato y, en consecuencia, del plan de comunicación finalmente aprobado **(hasta un máximo de 2 puntos)**

Este criterio se valorará teniendo en cuenta el formato y la periodicidad de las reuniones de seguimiento.

b) El sistema de reporte propuesto (**hasta un máximo de 1 puntos**)

Este criterio se valorará teniendo en cuenta el formato de presentación de la información que deberá permitir visualizar en todo momento el estado de cumplimiento y las posibles variaciones/ adaptaciones del plan de comunicación

## 9.2. CRITERIOS DE ADJUDICACIÓN OBJETIVOS O EVALUABLES DE FORMA AUTOMÁTICA (Hasta un máximo de 51 puntos)

### 9.2.1. Oferta económica (hasta un máximo de 27 puntos)

Se otorgará la máxima puntuación al licitador que formule el precio más bajo que sea admisible, es decir, que no sea anormalmente bajo y que no supere el presupuesto base de licitación y en el resto de empresas licitadoras la distribución de la puntuación se hará aplicando la siguiente fórmula establecida por la Instrucción de la Gerencia Municipal y aprobada por Decreto de Alcaldía, de 22 de junio de 2017, publicado en la Gaceta Municipal del día 29 de junio:

$$\left[ \frac{\text{Presupuesto base de licitación} - \text{oferta}}{\text{Presupuesto base de licitación} - \text{oferta más económica}} \right] \times \text{Puntos máx.} = \text{Puntuación resultante}$$

Si un licitador presentara una oferta que iguale el precio de licitación, quedará admitida pero no obtendrá ninguna puntuación, por no tratarse de ninguna mejora económica. Si un licitador presentara una oferta superior a la del precio de licitación, quedará automáticamente excluida.

Se definen los siguientes límites para la consideración de ofertas, en principio, con valores anormales o desproporcionados:

- un diferencial de 10 puntos porcentuales por debajo de la media de las ofertas o, en el caso de un único licitador, de 20 puntos porcentuales respecto al presupuesto neto de licitación.

Si el número de licitadores es superior a 10, por el cálculo de la media de las ofertas se prescindirá de la oferta más baja y / o de la oferta más alta si hay un diferencial superior al 5% respecto de la oferta de inmediato consecutiva.

Si el número de licitadores es superior a 20, por el cálculo de la media de las ofertas se excluirá una o las dos ofertas más caras y / o una o las dos ofertas más bajas siempre y cuando una con la otra o ambas con la que la sigue tengan un diferencial superior al 5%.

De acuerdo con la previsión del artículo 149.4 LCSP, Se rechazará la oferta si se comprueba que es anormalmente baja porque no cumple las obligaciones aplicables en materia de subcontratación, ambiental, social o laboral establecidas en el Derecho de la Unión, en el Derecho Nacional, los convenios colectivos sectoriales vigentes o por las disposiciones de Derecho internacional enumeradas en el anexo V LCSP.

### **9.2.2. Plazos de respuesta en la entrega de materiales (hasta un máximo de 12 puntos)**

Se valorarán los plazos de respuesta en la entrega de los materiales que tenga que elaborar el licitador y que requieran de una respuesta urgente.

Este criterio se valorará en los términos siguientes:

- Cero (0) puntos cuando no se asuma ningún compromiso.
- Seis (6) puntos cuando se asuma un compromiso de entregar el servicio solicitado en un plazo no superior a veinticuatro (24) horas.
- Doce (12) puntos cuando se asuma un compromiso de entregar el servicio solicitado en un plazo no superior a doce (12) horas.

\* Ejemplos a título ilustrativo: notas de prensa, Q&A's, servicios de copywriter para cartas, presentaciones, dossiers y otros documentos.

Se recuerda a los licitadores que existe un régimen de penalizaciones respecto del incumplimiento de los compromisos asociados a los plazos de respuesta

### **9.2.3. Plazos de respuesta en la entrega de traducciones (hasta un máximo de 12 puntos)**

Se valorarán los plazos de respuesta en la entrega de traducciones de todo tipo de documentos que requieran de una respuesta urgente y en función de su extensión.

Este criterio se valorará en los términos siguientes:

- Cuando el plazo de respuesta sea superior a 24 horas y el compromiso en cuanto a extensión sea inferior a 5000 caracteres, con espacios, se otorgarán cero (0) puntos.
- Cuando el plazo de respuesta sea inferior a 24 horas y el compromiso en cuanto a la extensión sea inferior a 5000 caracteres, con espacios, se otorgarán seis (6) puntos.
- Cuando el plazo de respuesta sea inferior a 24 horas y el compromiso en cuanto a extensión sea superior a 5000 caracteres, con espacios, e inferior a 20.000 caracteres, con espacios se otorgarán doce (12) puntos.

Se recuerda a los licitadores que existe un régimen de penalizaciones respecto del incumplimiento de los compromisos asociados a los plazos de respuesta.

## 10. Subcontratación

Si, se permite la subcontratación.

## 11. Mesa de contratación

La mesa estará constituida por:

- Presidente: Directora del Programa Digital Future Society, o persona en quien delegue;
- Secretario: General Counsel de MWCcapital
- Vocal: Head of Finance de MWCcapital
- Vocal técnico 1: Responsable de prensa y Relaciones Públicas de la Fundación, o persona en quien delegue;
- Vocal técnico 2: Responsable de Marketing del Programa Digital Future Society, o persona en quien delegue.

Todos los miembros de la mesa de contratación tendrán voz y voto, excepto el secretario de la mesa, que actuará con voz y sin voto. El secretario de la mesa estará asistido por un técnico auxiliar, cuya incorporación a las reuniones se prevé con voz pero sin voto.

Barcelona, a 17 de junio de 2020



Cristina Colom  
Digital Future Society Director