INFORME JUSTIFICATIVO DE LA NECESIDAD E IDONEIDAD DE CONTRATAR LA PRESTACIÓN DE UN SERVICIO DE COMUNICACIÓN Y RELACIONES PÚBLICAS PARA LA FUNDACIÓ BARCELONA MOBILE WORLD CAPITAL FOUNDATION (Exp. 117/2021)

---

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

La Fundación Barcelona Mobile World Capital Foundation (en adelante, "MWCapital" o la "Fundación") es una organización público-privada activadora del potencial estratégico que supone la innovación tecnológica y digital para la sociedad. Su visión es la puesta en valor de las oportunidades actuales y de futuro derivadas de la transformación y la evolución del entorno económico, científico, educativo y social, fomentando la generación de conocimiento y el desarrollo de soluciones e iniciativas para hacer frente a los retos que afronta la ciudadanía interconectada y global. Su misión es impulsar la transformación móvil y digital de la sociedad con el objetivo de mejorar la vida de las personas a nivel global.

Fundada en Barcelona en 2012, MWCapital es una iniciativa conjunta impulsada por el Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital, la Generalitat de Catalunya, el Ayuntamiento de Barcelona, Fira de Barcelona, y GSMA Ltd., y cuenta también con el apoyo de las operadoras Telefónica, Vodafone y Orange, así como Damm y Caixabank como miembros de su Patronato. MWCapital actúa en base a una cultura corporativa basada en la inteligencia; conecta a agentes especialistas implicados en sus respectivas áreas actividad, convirtiéndose en un activo neutral de estructura y operativa ágil, abierta y de experiencia contrastada en la realización de proyectos y de resultados concretos destinados a generar impacto económico y social a nivel global.

Su actividad transversal da acceso al conocimiento y a los recursos mediante la interconexión cualificada y competente entre los distintos agentes que conforman el conjunto de la cadena de valor del ecosistema tecnológico y digital, fomentando su desarrollo mediante la atención a las necesidades específicas y anticipándose al interés y al beneficio integral de sus aportaciones.

Su misión principal es la de habilitar, acompañar, pilotar y garantizar la transformación móvil y digital aplicada en ámbitos sectoriales concretos y con impacto en la mejora de la calidad de vida de las personas: como pueden ser la medicina y la salud, la educación, las industrias del tejido productivo, como la movilidad, o el futuro de la urbanidad y el impacto de la digitalización en la ciudadanía, entre otros.

En este sentido, la capacidad de MWCapital es la de cohesionar desde el rigor y la visión holística de sus programas, las posibilidades de adaptación, desarrollo, crecimiento y posicionamiento estratégico del conjunto del ecosistema implicado: administraciones públicas, asociaciones empresariales, departamentos de innovación en empresas industriales y de servicios de diferentes sectores, clusters y consultoras tecnológicas, hubs centralizados de multinacionales, centros de formación y de investigación de universidades, start-ups y talentos emprendedores especializados, tanto locales como internacionales, enfocando sus iniciativas desde y para la ciudadanía.

MWCapital, creada en primera instancia para dar acogida a MWC (organizado por GSMA Ltd, la patronal del sector de telecomunicaciones, que representa a 800 operadoras de telefonía móvil de todo el mundo y a más de 200 empresas del ecosistema móvil) se organiza en cuatro áreas de trabajo:

- **Innovación**: se centra en la optimización y viabilidad de las ideas para el desarrollo de programas de conexión entre inversores, grandes corporaciones, startups y centros de investigación universitarios, científicos y laboratorios de experimentación. El principal objetivo es generar sinergias que fomenten el crecimiento de una red de nuevas compañías y emprendedores capaces de dar respuesta a múltiples necesidades de desarrollo técnico-digital de distintos sectores. Esta área incluye el programa **The Collider.**

- **Tecnología**: promueve el desarrollo para impulsar y promover la transformación tecnológico-digital de la industria y otros sectores productivos, conectando la inteligencia operativa para el despliegue y la implementación de servicios y los sectores productivos a las oportunidades de las últimas innovaciones y soluciones tecnológicas. Sus principales iniciativas están representadas por el programa 5G, que incluye, entre otros, **5GBarcelona y el Observatorio Nacional 5G.**

- **Talento**: fomenta el conocimiento, la alianza y la formación entre nuevas generaciones, profesionales y ciudadanos para garantizar una adaptación a las competencias necesarias en el mundo digital. En este ámbito destacan los~~el~~ programas **mSchools** impulsado en colaboración con Generalitat de Catalunya, Ajuntament de Barcelona y GSMA, y **Barcelona Digital Talent.**

- **Sociedad**: Impulsa el progreso social en la economía digital, utilizando el impacto de la tecnología en la sociedad para fomentar el empoderamiento ciudadano. Entre sus actividades incluye **Digital Future Society y Mobile Week**.

En su conjunto, MWCapital lidera distintos programas y dinámicas de actuación entre todos los actores que intervienen en la transformación y la transferencia tecnológica-digital a la sociedad. Sus programas incluyen proyectos novedosos y originales desde los que se asumen planes específicos de valor añadido y que fomentan el capital intelectual de las ideas, establecen sinergias entre agentes, dinamizan interconexiones y conforman ecosistemas eficientes del tejido productivo, educativo y social.

MWCapital es un activo de posicionamiento estratégico y de futuro para la ciudad de Barcelona y su entorno: una oportunidad única de beneficio común de su potencial empresarial, educativo y científico global, reconociendo el valor y atractivo competitivo de su talento creativo, acogedor y de vanguardia.

Atendiendo a la misión de MWCapital, al interés que despierta su actividad en la sociedad y a las relaciones existentes en el seno de la misma, resulta necesario contratar un servicio de comunicación y relaciones públicas que realice, a título enunciativo y no limitativo, las siguientes funciones:

1. Permita gestionar las relaciones con los medios de comunicación de forma ordenada.

2. Ayude a posicionar e incrementar la visibilidad de todos los programas e iniciativas desarrollados a nivel local, nacional e internacional, así como la de los propios portavoces.

3. Gestione el contenido de presentaciones y discursos de los portavoces del programa siempre que se requiera.

4. Genere un diálogo fluido con los sectores en los que MWCapital desarrolla su actividad, comprendiendo empresas, administraciones y otras instituciones relacionadas.

5. Gestione los contenidos dirigidos a la comunicación con públicos clave: desde los propios trabajadores, mediante las diferentes soluciones de comunicación interna, a stakeholders clave, a partir de herramientas como el newsletter corporativo, entre otros.

En la medida en que el objeto de esta contratación está comprendido en el de los contratos regulados en la normativa en materia de contratación pública, y dada la consideración de MWCapital como entidad del sector público que tiene la consideración de poder adjudicador no administración pública, la 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 MWCapital 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 comunicación y relaciones públicas, 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 CINCO MIL EUROS (105.000€).** La partida de IVA (21%) es de 22.050 euros.

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€
Coordinación 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). Este apartado contempla la gestión de los portavoces, discursos o contenido que se requiera (no la maquetación o presentación de estos).	10.000€
Gestión del gabinete de prensa: envíos y seguimientos de prensa, gestión de bases de datos, etc.).	25.000€
Redacción y generación de contenidos informativos, para público interno, medios de comunicación, o stakeholders clave, entre otros, y material de opinión.	30.000€
Servicio de inplant	30.000€
IMPORTE TOTAL	**105.000€**

El valor estimado del contrato es de **DOSCIENTOS DIEZ MIL EUROS (210.000€),** dado que se prevé una prórroga adicional de un (1) año para dar continuidad al servicio.

7. Duración

La duración del contrato es de un (1) año con posibilidad de prórroga por un (1) año adicional y pudiéndose prorrogar año a año. En consecuencia, la duración máxima del contrato será de dos (2) años.

De conformidad con lo dispuesto en el artículo 29.2 LCSP, la/s prórroga/s se acordará/n por el órgano de contratación y será/n obligatoria/s para el contratista, siempre que su preaviso se produzca al menos con dos (2) meses de antelación a la finalización del plazo de duración del contrato. En ningún caso podrá producirse la prórroga por el consentimiento tácito de las partes.

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.

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 315.000 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€.

8.2. Acreditación de la solvencia técnica o profesional

8.2.1. Experiencia: Una relación de los principales servicios de comunicación y relaciones públicas 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 en el ámbito local (Barcelona), autonómico (Catalunya) y estatal (España).

Medios de acreditación:

a) Una declaración responsable que relacione los principales servicios de comunicación y relaciones públicas 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 dosieres de prensa (catalán y castellano);
- Tres (3) ejemplos de convocatorias a medios (catalán, castellano e inglés);
- Dos (2) ejemplos de Q&A (catalán y castellano);
- Dos (2) ejemplos de clipping obtenido de clientes del ámbito tecnológico a nivel local y nacional (catalán y castellano);
- Dos (2) ejemplos de campañas de comunicación interna (catalán y castellano);
- Dos ejemplos (2) de acciones de comunicación internacional a través de las notas de prensa o argumentarios preparados y las correspondientes publicaciones internacionales conseguidas para una entidad ubicada en Barcelona, Cataluña o España y cuya actividad tenga un público o target mayoritariamente internacional.

8.2.2. **Relaciones con los medios:** Una relación de al menos treinta (30) medios de comunicación con los que el licitador mantenga relaciones profesionales, 20 de los cuales de ámbito nacional y 10 de ámbito internacional.

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. **Conocimientos específicos:** Por razón de la actividad que desarrolla la Fundación, los licitadores deberán acreditar conocimientos específicos en temas especializados, especialmente en el ámbito tecnológico y de la innovación.

Medio de acreditación: Este criterio se acreditará mediante la aportación de dos (2) notas de prensa, un (1) artículo de opinión y una (1) pieza de contenido "*branded content*" que muestren este nivel de especialización.

8.2.5. **Asignación de un equipo mínimo:** Un equipo mínimo compuesto por un (1) director de cuentas, con un mínimo de diez (10) 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.

La presente licitación también contempla la necesidad de **asignar un inplant, con un mínimo de tres (3) años de experiencia, que trabaje físicamente desde las oficinas de MWCapital** (siguiendo las normativas internas de teletrabajo o las modificaciones de estas que puedan tener lugar debido a la evolución de la pandemia de COVID-19). La elección final de este ejecutivo de cuentas se hará de mutuo acuerdo entre MWCapital y el adjudicatario.

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.

8.2.6. **Oficina en Barcelona:** Dado que la actividad de comunicación de la Fundación se desarrolla mayoritariamente 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, acompañándola de la documentación que acredite fehacientemente tal circunstancia.

8.2.7. **Oficina en Madrid.** Dado que la actividad de la Fundación se desarrolla también en 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, 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 disponen de una oficina en Madrid, acompañándola de la documentación que acredite fehacientemente tal circunstancia.

8.2.8. **Presencia internacional.** Dada la vocación internacional de la Fundación, que se relaciona con medios de comunicación de todo el mundo, delegaciones internaciones 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 la capital de 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 la capital de al menos un (1) país anglosajón.

9. Criterios de adjudicación

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 (hasta un máximo de 25 puntos)

Se deberá prestar un plan de comunicación. De forma concreta, se valorarán los siguientes extremos:

a) La estrategia global de comunicación **(hasta un máximo de 10 puntos)**

b) La definición de objetivos genéricos y objetivos por programa o por iniciativa **(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 10 puntos)

Se valorarán los siguientes extremos:

a) La estructura y dimensionamiento de todo el equipo de trabajo asignado a la prestación objeto del contrato, detallando la dedicación, funciones o roles de cada uno e identificando a los correspondientes interlocutores. Se valorará especialmente la propuesta de perfil para cubrir la necesidad de un inplant en base a la experiencia en agencia y sector que pueda atesorar. Asimismo, se valorará el planteamiento respecto a la cobertura de bajas, eventuales contingencias y puntas de trabajo **(hasta un máximo de 8 puntos)**

   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.

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 2 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. Plan de comunicación interna (hasta un máximo de 8 puntos)

Se deberá presentar un plan de comunicación interna, tomando en consideración las herramientas de que dispone MWCapital en la actualidad: una intranet, Microsoft Teams - donde existe un canal global para todos los empleados y diversos canales por equipos -, y la propia sede corporativa, que se sitúa en Pl. Pau Vila 1, Sector C, 2ª planta, 08039 Barcelona. De forma concreta, se valorarán los siguientes extremos:

a) La estrategia y adecuación de dicho Plan a la singularidad de una entidad como la Fundación.

b) La planificación de objetivos y herramientas para la ejecución de dicho Plan.

c) El planteamiento de actividades asociadas.

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.

9.1.4. Modelo de relación y seguimiento (hasta un máximo de 6 puntos)

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 3 puntos)**

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

b) El sistema de reporte propuesto, así como las herramientas o recursos técnicos que el licitador utilizará o pondrá a disposición del contrato para realizar el seguimiento de las informaciones que aparecen en los medios de comunicación sobre la Fundación **(hasta un máximo de 3 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

   Adicionalmente, tendrá en cuenta la definición de las métricas y seguimiento de objetivos.

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:

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

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 de comunicación (hasta un máximo de 12 puntos)

Se valorarán los plazos de respuesta en la entrega de materiales de comunicación* 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

* notas de prensa, Q&A's, discursos, servicios de *copywriter* para cartas, presentaciones, dosieres 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.

10.Subcontratación

Sí, se permite.

11.Mesa de contratación

La mesa estará constituida por:

- Presidente: Director de Servicios Corporativos de MWCapital, o persona en quien delegue.
- Secretario: Abogado de MWCapital
- Vocal: Directora Financiera de MWCapital
- Vocal técnico 1: Responsable de Prensa y Relaciones Públicas de MWCapital, o persona en quien delegue;
- Vocal técnico 2: Responsable de Relaciones Externas de MWCapital, 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 9 de septiembre de 2021

Abel Gómez
Director de Servicios Corporativos