

## INFORME JUSTIFICATIVO DE LA NECESIDAD E IDONEIDAD DE CONTRATAR LA PRESTACIÓN DE UN SERVICIO DE GESTIÓN DE CONTENIDOS Y AGENDA DE ACTIVIDADES, PRODUCCIÓN DE EVENTO, SECRETARÍA TÉCNICA Y COMUNICACIÓN DEL EVENTO JUMP2DIGITAL 2023

Exp. A/F202310/S

---

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

#### Introducción

Fundació Barcelona Mobile World Capital Barcelona (en adelante, “MWCapital”) 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 Economía y empresa, 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 Grupo Damm y CaixaBank, como miembros de su Patronato. La fundación actúa en base a una cultura corporativa basada en la Intelligence; 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, 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, startups 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 Mobile World Congress (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:

- 1. 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**.
- 2. 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. Su principal iniciativa está representada por el programa 5G, que incluye, entre otros, **Conectividad Inteligente** y el **Observatorio Nacional 5G**.
- 3. 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 destaca el programa **mSchools** impulsado en colaboración con Generalitat de Catalunya, Ajuntament de Barcelona y GSMA, y **Barcelona Digital Talent**.
- 4. Conocimiento:** consiste en una serie de eventos e iniciativas de promoción, generación de conocimiento compartido y divulgación dirigidas a la comunidad en general, generando impacto local, nacional e internacional en la traslación de

avances de presente-futuro a la sociedad. Entre sus actividades, destacan **Digital Future Society** y la iniciativa **Tech & Play**. Asimismo, también acoge y realiza actividad específica en MWC y 4YFN.

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.

Para más información, podéis consultar la página web de MWCapital <http://www.mobileworldcapital.com/es/>

### **Antecedentes**

Barcelona es la capital mundial del móvil y sede de los principales acontecimientos tecnológicos internacionales, al margen de contar con la presencia de centros de innovación digital de grandes empresas multinacionales que dan servicio al resto de mundo. Este desarrollo tecnológico está acelerando las necesidades de talento con competencias digitales especializadas en diferentes ámbitos, pero la realidad es que el volumen de profesionales formados en el mercado no ha crecido de manera proporcional a la demanda. De hecho, la demanda de perfiles digitales en Barcelona ha aumentado cerca de un 40% mientras que la oferta de profesionales disponibles solo ha crecido un 7,6%, según el estudio Digital Talento Overview 2019. Solo el 2021 se crearon más de 40.000 lugares de trabajo del ámbito digital siente algunas de las profesiones más demandadas de su conjunto, en concreto, perfiles de desarrollo de software, datos, administrador de sistemas o expertos en ciberseguridad.

Según el informe '[Digital Talent Overview 2022](#)', Catalunya se acerca a los 100.000 profesionales digitales con Barcelona como gran polo de atracción y creación de talento. Catalunya ha sumado 10.500 nuevos profesionales digitales durante el 2021, hecho que supone un incremento anual del 12%.

En este sentido, el estudio señala que la demanda de talento digital ya supera las cifras prepandemia en Barcelona con un aumento del 43% respecto al año anterior. Esta rápida

recuperación del sector contrasta con la demanda de ocupación del conjunto de sectores, que todavía está lejos de las cifras antes de la pandemia. Por cada oferta de trabajo en el sector digital hay una media de 15 trabajadores al mercado; cuando lo comparamos con el conjunto de sectores, la relación es de 1 a 60.

Respecto a la atracción de talento internacional, se ha producido la incorporación de 4.700 nuevos perfiles, 2,3 veces más que los incorporados en un año 2020 marcado por las restricciones de movilidad, los profesionales que provienen otras geografías ya suponen el 31,4% del talento digital. Los perfiles de ciberseguridad (40,55%) y desarrolladores de aplicaciones (40,31%) son los que atraen más talento de otras ciudades, siguiendo el patrón del año anterior. Londres (11,44%) y Madrid (10,15%) son las ciudades que más talento exportan en Barcelona.

Respecto a la brecha de género persiste en el sector digital, Barcelona se encuentra entre las ciudades con más mujeres en el sector digital con casi un 30% de trabajadoras. Una cifra superior a las diez ciudades europeas analizadas. Además, hay que destacar que la ciudad condal logra la paridad al sector digital en la especialidad del diseño de UX/UI (50,68%).

A pesar de estos buenos datos, y el aumento de las empleadas TIC, la brecha de género persiste en el sector digital, las mujeres representan el 19,1% de la ocupación en profesiones digitales a Europa. Desde el 2012, el porcentaje de mujeres al sector TIC ha aumentado 2,1 puntos. En cuanto a los estudios TIC, la brecha de género se ha reducido en los últimos años, aunque el porcentaje continúa siendo bajo (10%).

El Informe revela que los desarrolladores, perfiles UX/UI y consultores de CRM/ERP concentran la oferta y la demanda de talento (+53%). Los desarrolladores web/app, los diseñadores de interfaces y experiencia de usuario y los implementadores de software empresarial (CRM y ERP) suponen el 75% del talento digital y el 60% de la demanda de perfiles. Por otro lado, los profesionales cloud y los especialistas en ciberseguridad son algunos de los perfiles de los más difíciles de encontrar en el mercado.

Finalmente, destaca que la proporción de ofertas de ocupación TIC con modalidad de teletrabajo han pasado del 4% el enero del 2020 al 14% a finales del 2021 en economías como la española.

Por todo ello, una de las líneas estratégicas de MWCapital tiene relación con la generación y retención de talento digital a través del programa Barcelona Digital Talent.

## Barcelona Digital Talent

Combatir la brecha de talento digital se ha convertido en la principal palanca para asegurar la competitividad de Barcelona como hub tecnológico. Un reto de tal dimensión solamente puede abordarse trabajando en alianza con todos los agentes que son parte de la solución.

Barcelona Digital Talent (en adelante “**BDT**”), es una alianza público-privada que reúne en diferentes agentes que representen de manera transversal el ecosistema de desarrollo digital en Cataluña para compartir una estrategia y unos objetivos comunes que permitan sumar esfuerzos y ser más eficientes con los recursos y las iniciativas alrededor del desarrollo de talento digital. Los agentes que impulsan la alianza liderada por MWCapital e impulsada junto al Cercle Tecnològic, Tech Barcelona, 22@Network, Foment de la Ocupació, Barcelona Global, PIMEC, el Ayuntamiento de Barcelona y la Generalitat de Catalunya. Por otro lado, forman parte de la alianza empresas como CaixaBank, Agbar, Seat, NTT Fecha, Zurich, Wolters Kluwer, Bayer, Accenture, CloudBlue, Experis, Ocado, Mando Mando, Pepsico, Sanofi, HP, Nestlé, Boehringer Ingelheim, Schneider Electric, Softonic, IBM y centros de formación como Ironhack, Nuclio Digital School, Assembler Institute of Technology, EAE Business School, IT Academy, KSchool, ESIC y Le Wagon.

La alianza tiene como objetivo posicionar Barcelona como un hub de talento digital que crea y retiene profesionales con competencias digitales y capta talento internacional.

Para llevarlo a cabo, la alianza trabaja en tres grandes ejes: la captación, atracción y reorientación de profesionales sin competencias de desarrollo digital hacia el ámbito digital, la atracción de talento internacional y la creación de comunidad y conocimiento alrededor del talento digital.

En concreto la alianza trabaja en tres grandes ejes:

- **Reorientación de talento digital (reskilling):** acompañamos el talento durante todo el proceso desde la sensibilización y orientación, formación y conexión con la empresa. Gracias a las actividades de BDT (mentorías, talleres, becas, formación subvencionada, speed datings, etc.) se han formado más de 1.400 personas, se han incorporado más de 2.300 como nuevo talento digital y más de 5.000 han mejorado su perfil profesional dentro del campo digital.
- **Atracción de talento internacional:** posicionamos Barcelona como ecosistema donde desarrollar tu carrera profesional a través de la captación y retención de talento originario de otras ciudades a través de la conexión con empresas locales.

- **Comunidad y conocimiento:** generamos informes, estudios, eventos de comunidad, advisory board, etc. Para generar notoriedad y conocimiento acerca de la falta de talento digital que nos ayude a mejorar la estrategia global de todo el programa.

En concreto, sobre el **primer eje**, la orientación, formación y conexión de talento que ha hecho una reorientación profesional al sector digital, engloba las siguientes actividades:

- Campañas de sensibilización para sensibilizar al público objetivo en torno a las oportunidades de las profesiones digitales.
- Impulso de una plataforma web divulgativa de orientación profesional a través de la ventanilla del Servicio Público de Ocupación de Cataluña – SOC
- Realización de más de 550 mentorías y más de 150 talleres para la orientación profesional hacia el sector TIC en Cataluña.
- Lanzamiento de más de 2.600 plazas de 7 cursos de formación digital e intensivos subvencionados por el Servicio Público de Ocupación de Cataluña (SOC) y basados en los 7 programas de formación desarrollados por BDT.
- Celebración de 10 Speed Datings, en los cuales se han llevado a cabo más de 3.000 entrevistas de trabajo, y 5 hackathons, que han contado con la participación de más de 400 candidatos.
- Otorgación de más de 1.600 becas para fomentar el acceso a formación en competencias digitales.
- Creación de Talent Squad, una plataforma que conecta a profesionales recientemente formados en el ámbito de las TIC con empresas que buscan talento digital júnior para sus organizaciones.
- Impulso de la iniciativa Barcelona Inclusive Coding, un proyecto social que fomenta la formación digital de personas con riesgo de exclusión social y su incorporación en el mercado laboral. Un total de 27 empresas emplazadas en Barcelona se han comprometido a contribuir a la contratación de perfiles en riesgo de exclusión durante los próximos 10 años.
- Lanzamiento de Cataluña Rural Hub, una iniciativa pionera a nivel nacional que anima a profesionales del sector digital a teletrabajar desde entornos rurales de Cataluña.

En concreto, al **segundo eje**, la atracción de talento internacional engloba las siguientes actividades:

- Realización de más de 5 misiones internacionales en formato presencial o en línea en el que ha participado más de 500 profesionales y 30 empresas.
- Organización de más de 40 sesiones de conexión con universidades y centros de formación especialmente dirigidas a talento digital internacional que está estudiando en Barcelona con empresas que buscan estos tipos de profesionales.
- Organización de acontecimientos dirigidos a la comunidad de extranjeros que provisionalmente está estudiando en Barcelona para retenerlos a través de la conexión con empresas reclutadoras del sector digital.

En concreto, al **tercer eje**, la creación de una comunidad de empresas y conocimiento alrededor de la falta de talento digital engloba las siguientes actividades:

- Organización de BDT Day 2019, BDT Day 2020, Jump2Digital 2021, Jump2Digital 2022, un acontecimiento orientado a conocer las diferentes profesiones digitales existentes. En total de todas las ediciones, han participado más de 100 empresas y la asistencia de más de 5.000.
- Publicación del informe anual Digital Talent Overview 2019, 2020, 2021 y 2022, que analiza el estado del talento digital en Barcelona, Cataluña y Europa.
- Realización del informe Talento y Bootcamps, que analiza el impacto del mercado de los bootcamps en España.
- Elaboración del Dictionary of Digital Occupational Titles, estudio que recoge las competencias de las principales profesiones digitales.
- Lanzamiento del Digital Talento Monitor, un informe mensual con los principales indicadores entorno la demanda del talento digital en nuestro ecosistema.

BDT tiene un modelo de membresía dirigido a empresas preocupadas por la falta de talento digital para que apoyen la iniciativa con recursos económicos de los cuales ellas son las principales beneficiarias.

En este sentido, BDT es un instrumento al servicio de las empresas que demandan talento digital. Asimismo, debe ser la plataforma donde canalizar el compromiso de las compañías con Barcelona y su consolidación como hub de talento digital.

Esta implicación y apoyo se traduce en un programa de partnership que incluye las siguientes palancas de valor: acceso a talento digital, employer branding, conocimiento y networking.

Acceso a talento digital: a través de actividades de reclutamiento de talento dirigido a la comunidad local e internacional, así como, mediante la generación de tráfico web al portal de empleo de las empresas partner.

Generación de tráfico a sus páginas de “Work with Us”, participación en speed datings o hackathons for recruitment para conectar con talento junior o disponer de una base de candidatos a través del programa Talent Squad son alguno de los ejemplos de actividades de conexión.

Employer branding: visibilidad como empresa comprometida con el talento digital en los canales de BDT.

Participar como speakers en eventos de gran notoriedad como Jump2Digital, 4YFN o Mobile World Congress, presencia de marca en los diferentes estudios e informes que elaboramos a lo largo del año o visibilidad de marca en diferentes soportes audiovisuales son alguno de los ejemplos de visibilidad que ofrecemos.

Conocimiento y networking: construimos una comunidad de empresas con las que compartimos conocimiento de mercado y espacios de networking entorno al impulso del talento digital.

Acceder a Mobile World Congress – 4YFN, participar en sesiones exclusivas de contenido para partner, sesiones de networking, participar en nuestro advisory board o en los diferentes estudios e informes que presentamos son alguno de los ejemplos de contenido que generamos.

Se espera un incremento de Partners durante los próximos meses hasta alcanzar un total de 35 partners en total.

### Jump2Digital

Se trata del principal evento de Barcelona Digital Talent, el área de talento de MWCapital, que tiene como objetivo sensibilizar acerca de las profesiones digitales y conectar al nuevo

talento digital con el sector, a través de una jornada pensada en facilitar la diseminación de conocimiento y la conexión entre profesionales, empresas y centros formativos.

Jump2Digital celebra este año 2023 su tercera edición, un evento que se consolida como una gran jornada dedicada al ecosistema del talento digital de Barcelona y que aspira a ser un referente en el sector a través de una propuesta atractiva para nuestro público, y en una ubicación singular, inspiradora y distendida.

Es un evento gratuito bajo registro y abierto a nuevo talento digital en el que participan empresas y centros formativos Partners de la alianza y en el que se ejecutan en un mismo día muchas de las actividades antes mencionadas.

Como antecedentes, la primera y segunda edición en 2021 y 2022, se realizaron en el edificio de la Llotja de Mar de Barcelona, en las cuales participaron más de 1.000 asistentes y 50 empresas y más de 2.500 asistentes y 60 empresas respectivamente. El objetivo para la edición de 2023 será conseguir una participación y acceso durante todo el día, acogiendo a un total de 5.000 asistentes, por lo que el nuevo espacio para el evento Jump2Digital será el recinto ferial de Fira de Barcelona en Montjuic, concretamente en el espacio Corner de Plaza España del Hall 8 (2.000m2) y su anexo 1 (1.180m2).

En las ediciones anteriores se conceptualizó un evento en el que se definieron diferentes zonas y actividades:

- Stage para ponencias: Durante todo el día se realizaron ponencias de forma ininterrumpida de 30 minutos sobre diferentes aspectos relacionados con el talento digital. Estas ponencias intercalaron contenido de personajes públicos y notorios para nuestra audiencia como, por ejemplo, Chema Alonso (Chief Digital Officer en Telefónica), Jordi Wild (Creador de contenido), Javier Santaolalla (Creador de contenido y divulgador científico) o Nerea Luis (Creadora de contenido y experta en inteligencia artificial) junto con contenido de empresas Partner de la alianza como Christina Ghetti (Global Headforce 360 and Nearshore IT Hub Barcelona & Milan en Nestlé), Rosa Martínez (Artificial Intelligence & Advanced Analytics CoE en CaixaBank Tech) o Pavel Pratyush (Head of Engineering en Mano Mano), entre otros.
- Directo canal Twitch: Durante todo el día, se realizó una retransmisión en directo desde nuestro canal de Jump2Digital en Twitch: <https://www.twitch.tv/Jump2Digital>. Para ello, se habilitó un espacio destacado dónde ubicamos un set de grabación elevado mediante una tarima. Allí, nuestra caster realizó entrevistas a todos los ponentes, empresas que nos acompañaron, talento que participó en las diferentes actividades, autoridades que visitaron el evento, así como demás personas

interesadas en explicar su experiencia con la tecnología, todo con el objetivo de retransmitir el contenido que pudiera ser más interesante para nuestra audiencia. Cabe destacar que, el contenido que se ofreció en twitch estuvo acotado principalmente a las entrevistas que nuestra caster realizaba y, por tanto, no se reprodujo en directo ninguna de las ponencias del stage. En total, durante la edición del 2022 se realizaron más de 25 entrevistas que, posteriormente, se editaron y colgaron en nuestro canal de Youtube:  
<https://www.youtube.com/@barcelonadigitaltalent1831>

Esta actividad incrementó la visibilidad del evento y su seguimiento, aumentando así la audiencia e impacto del mismo. En total, se alcanzaron las 2.267 visualizaciones del directo a lo largo de las 9 horas de retransmisión.

- Speed Dating: Durante todo el día se realizaron entrevistas entre nuevo talento digital y recruiters de empresas que participan en el evento, pudiendo ser Partners o no, haciendo así extensible esta actividad a otras empresas próximas. Para llevar a cabo dicha actividad, previamente se mantienen reuniones con todas las empresas interesadas para que indiquen el tipo de perfil profesional que están buscando actualmente o que suelen contratar y que les interesaría conocer en el evento. Para ello, cada empresa nos comparte la job offer de las diferentes posiciones profesionales. A modo de ejemplo, en la edición del 2022 se buscaron perfiles de Frontend, Backend o Data Science para empresas como Accenture, Pepsico o CaixaBank. Una vez analizadas todas las job offers, se procede a habilitar un espacio en la web del evento en la que publicamos todas ellas a fin de que las personas que se registren al evento y, concretamente a dicha actividad, puedan incluso aplicar a las diferentes posiciones abiertas. Una vez recibidas las candidaturas de las personas interesadas, procedemos a analizar la idoneidad de cada perfil para cada oferta. De todas ellas, elaboramos una shortlist de personas candidatas que podrán tener una entrevista con las empresas participantes, aquellas que acabamos cerrando con una parrilla de entrevistas ordenada y consecutiva, para que una misma empresa tenga la oportunidad de ver a varios candidatos en un mismo día, y viceversa. Posteriormente, se comunica a cada candidato la hora de la entrevista/s y, junto con las empresas, se concretan las personas representantes que van a estar realizando las entrevistas durante el evento.
- Talleres: Se trata de talleres de 90 minutos de duración sobre iniciación a la programación o especialización, dirigidos al nuevo talento digital sobre una temática concreta. A modo de ejemplo, en la edición del 2022 se dispusieron dos salas para la realización de talleres en las que participaron un total de 900 personas. En total, se impartieron 12 talleres de programación sobre temáticas tan diversas que fueron desde la Ciberseguridad (“La ciberseguridad no afecta solo a las empresas, también

a las personas”), al UX/UI (“Del papel al móvil: diseña tu app en 90 minutos”) o hasta el Big Data (“Aprende a analizar datos con Python”), impartidas todas ellas por centros Partner de la alianza.

- Hackathon: Esta actividad tiene como objetivo conectar nuevo talento digital, recién formado en centros de formación, con empresas a través de la resolución de un reto que deben cumplimentar durante toda la jornada. Tradicionalmente cada persona que quería acceder a formar parte de una empresa lo hacía a través de un CV. Con esta actividad damos un paso más allá para que el talento pueda demostrar sus competencias profesionales en acción, y se convierta en una forma para que los reclutadores y profesionales de empresas puedan ver trabajar en directo a una persona y su interacción con el resto del equipo. Para ello, se crean equipos multidisciplinares (Frontend, Backend y Data Science) y se lanza un reto a resolver por los diferentes equipos. Durante todo el día desarrollan códigos bajo la supervisión de las empresas que actúan a modo de mentores. Al finalizar la jornada, presentan su solución y el código que han desarrollado para que un jurado compuesto por empresas decida quién es el equipo ganador.
- Mentorías: Se trata de una actividad que tiene como objetivo ayudar a futuros talentos digitales en la toma de decisiones acerca de su futuro profesional a través de una reunión informal con un mentor o mentora experto en el sector digital. Para ello, en las ediciones pasadas se ubicó un espacio en el que los asistentes podían solicitar una mentoría y, a la vez, un pool de mentores atendía dichas solicitudes. Así, se realizaron sesiones dinámicas e informales de 45 minutos de duración en las que el asistente y mentor/a podían tomar un refresco en la zona de food corners y, al finalizar, el mentor/a volvía a estar disponible para otra persona. Cabe destacar también que, en algunos casos, se realizaron mentorías grupales con grupos de personas que ya se conocían entre ellos.
- Stands: Se trata de una zona en la que empresas y centros de formación tienen visibilidad mediante un punto de atención al visitante. Estos stands están compuestos por un mostrador donde se incorpora el logotipo de la entidad, un foam trasero brandeado con el diseño que, previamente, es enviado por la entidad, así como por un par de sillas altas. Este espacio sirve para atender a las preguntas e intereses de los asistentes con los centros de formación y con las empresas.
- Música: Se trata de una zona en la que un/a DJ pone música a fin de amenizar y dinamizar la jornada. Se dispone de un set para que esta persona pueda realizar las mezclas en un lugar destacado y junto a la zona de food corners y barra de bebidas.

- Food Corners: Se trata de una zona en la que se vende comida de acuerdo con las posibilidades que nos ofrece el espacio (regulación por humos y otras restricciones). Estos corners están dispuestos alrededor de la zona de música y cada uno sirve un tipo de comida distinto. Por ejemplo: cafetería, bikineria, poke, bocadillos, etc.

Adicionalmente se complementa la zona con una barra de bebidas. Para esta barra, habitualmente se acuerda con DAMM la disposición de producto de cerveza y aguas durante toda la jornada. Así mismo, se ofrece una happy hour de cerveza gratis durante la última hora de la jornada, coincidiendo con el cierre del evento.

- Experiencias con la tecnología: se trata una zona en la que ofrecemos la posibilidad al visitante de experimentar con la tecnología. Se trata de la parte experiencial del evento a fin de que el visitante pueda ver e interactuar con aquello que en un futuro podrá programar. Para ello, en las ediciones anteriores expusimos diferentes tecnologías como, por ejemplo:
  - Reconocimiento facial: varios usuarios/as se sitúan delante de una cámara que les reconoce la edad que cree que tienen, si están contentos o tristes, o el género, entre otros. [Link fotos](#).
  - Metaverso: el usuario/a tiene la posibilidad de experimentar el metaverso. Accede a un mundo en el que puede realizar actividades como tirar bolos, encestar en una canasta, etc. [Link fotos](#).
  - Escáner digital: el usuario/a tiene la posibilidad de obtener su cuerpo digitalizado. A través de un escáner corporal y una plataforma rotativa, escanea el cuerpo y se le envía un enlace con su imagen 3D. [Link fotos](#).

En este punto se hace especial mención a las cinco (5) experiencias desarrolladas por MWCapital en su stand durante la celebración del Mobile World Congress 2023, que fueron integradas y conceptualizadas bajo el proyecto “Feel the Technology”, y que se mostrarán también en el evento Jump2Digital 2023:

El proyecto “Feel the Technology” tiene como objetivo humanizar la percepción de la tecnología haciendo que el usuario utilice sus 5 sentidos para explorarla. Para ello, desde MWCapital se creó una experiencia inmersiva centrada en un recorrido sensorial por Barcelona, mezclando el mundo físico y el virtual, para que los visitantes pudieran tener una experiencia de usuario única y reflexionar sobre el impacto de la tecnología en la forma de comunicarnos, interactuar y percibir la realidad. En concreto se desarrollaron cinco (5) experiencias:

1. Generación de tu avatar: El visitante genera automáticamente su propio avatar fotorrealista utilizando técnicas de reconocimiento facial que identifican las facciones

del usuario y cuyo proceso de creación se realiza en 2 tótems. El usuario recibe con correo electrónico con un código QR único que permite visualizar su avatar y que sirve para identificarse en las experiencias del olfato y del gusto. [Link fotos.](#)

2. Olfato - Recorrido olfativo por el metaverso: El visitante accede al metaverso de MWCapital donde su avatar viaja a 6 lugares emblemáticos de Barcelona (Parc Güell, Santa Maria del Mar, Las Ramblas, carrer Petritxol, Barceloneta y el Camp Nou), cada uno relacionado con un aroma creado por un maestro perfumista de Puig. Un dispositivo físico con pantalla se vincula con el metaverso, liberando el olor cuando el avatar alcanza cada uno de los puntos de referencia de Barcelona. [Link fotos.](#)
3. Gusto – Una cata de excepción: El visitante pasa a la estación del gusto en la que, tras seleccionar su avatar, disfruta de una experiencia gastronómica a través de las fases de degustación de chocolate. El usuario recibe un bombón de chocolate creado especialmente por Germans Roca, según su perfil olfativo creado en la 'experiencia del olor'. Se trata de tres creaciones basadas en tres gustos diferentes: ácido, dulce y picante. A continuación, el visitante inicia un viaje digital, una mezcla de AR y VR con gafas de realidad virtual Quest PRO, relacionado con la degustación de chocolate, guiado por el maestro chocolatero de Celler Can Roca. Este viaje es una experiencia personalizada, ya que varía según la elección de sabor del usuario. [Link fotos.](#)
4. Tacto – Inmersión física en el mundo virtual: El visitante pasa a la estación del tacto en el que podrá recrear un momento muy importante en la historia de Barcelona: el encendido del pebetero olímpico en Barcelona 92. Gracias a las mangas hapticas y las gafas de realidad virtual, el usuario puede experimentar el tiro con arco percibiendo cada sensación, desde el peso del arco hasta la tensión al tensar la cuerda, añadiendo inmersión al entorno virtual. [Link fotos.](#)
5. Oído – Inmersión musical 360º: El visitante disfruta de una experiencia inmersiva musical. Lo hacen recreando el último concierto de la banda de indie-pop IZAL, en el Palau Sant Jordi, que permite al visitante vivirlo desde el escenario en una experiencia inmersiva 360º mediante unas gafas de RV. Para enriquecer la experiencia y vivir el concierto en cinco dimensiones, se añaden elementos que hacen que el usuario lo viva a través de todos los sentidos, generando un contexto singular y realista, que le hace trasladar por momentos sobre el escenario como si se tratara del mismo artista. [Link fotos.](#)
6. Vista – Programación con elementos visuales: El visitante disfruta de una experiencia a través de gafas de realidad virtual donde desarrolla una aplicación

para simular fuegos artificiales mediante la codificación de una secuencia de comandos simples. Después de lograr simular la codificación en este entorno digital, con el apoyo de un experto virtual, comenzarán los fuegos artificiales. [Link fotos.](#)

Por último y respecto al público al que va dirigido este evento, se puede diferenciar entre el talento digital, empresas y centros de formación:

- Talento digital: Personas que se encuentra en una de las siguientes fases:
  - Sensibilización: está interesado en las profesiones digitales, pero aún no sabe en qué quiere formarse.
  - Formación: tiene mayor conocimiento sobre profesiones digitales y quiere realizar un primer paso formativo ya sea a través de talleres o de cursos de programación.
  - Conexión: ya dispone de competencias de desarrollo de tecnología y busca una primera oportunidad en el mercado laboral del sector digital.
- Centros de formación: Interesados en la captación de nuevos alumnos para futuras ediciones de programas de formación e interesados en la promoción y conexión de su alumnado ya formado con empresas de nuestro ecosistema.
- Empresas: principales Interesadas en generar nuevo talento digital las cuales tienen el interés de conocer posibles candidatos para sus procesos de selección y posicionarse como una marca relevante para este colectivo (employer branding).

Con el objetivo de que el licitador tenga mayor información acerca de la última edición, se adjunta en [este link](#) fotografías de todo el evento.

## 2. Objeto y naturaleza del contrato

El presente documento tiene por objeto definir el contenido de la prestación objeto del contrato para los servicios de gestión de contenido y agenda de actividades, producción de evento, secretaría técnica y comunicación del evento Jump2Digital 2023.

La naturaleza de este contrato se corresponde con la de un contrato mixto de servicios y suministros, al amparo de lo previsto en el artículo 18 de la LCSP. El régimen jurídico de la preparación y adjudicación del contrato, así como sus efectos, cumplimiento y extinción, se determinará de conformidad con el contrato de servicios, al ser ésta la prestación principal del mismo.

Códigos CPV:

- 72224000-1 Servicios de consultoría en gestión de proyectos
- 7941500-6 Servicio de consultoría en gestión de la producción
- 79340000-9 Servicios publicidad y de marketing
- 7995200-2 Servicios de eventos
- 39151000-8 Mobiliario y equipo diverso
- 18530000-3 Regalos y premios
- 30193500-3 Estante expositor
- 7995200-2 Servicios de eventos
- 45255400-3 Trabajos de montaje

### 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 y organizativo

Además, y en cumplimiento del artículo 34 LCSP, las diversas prestaciones se encuentran directamente vinculadas entre sí y mantienen relaciones de complementariedad que exigen su consideración y tratamiento como una unidad funcional dirigida a la satisfacción de una necesidad determinada.

En este sentido no es posible segmentar el servicio de gestión de contenido y agenda de actividades, producción de evento, secretaría técnica y comunicación para mantener su relación a largo plazo, puesto que la coexistencia de más de una empresa ejecutando estas prestaciones dificultaría la óptima ejecución del contrato. Por ese motivo, la no división en lotes permite facilitar el cumplimiento de las funciones propias del servicio, asumiendo la responsabilidad íntegra del contrato, así como el aprovechamiento de economías de escala.

### 4. Procedimiento de adjudicación

Corresponde a esta licitación la tramitación ordinaria (art. 116 y siguientes de la LCSP), dado que no se advierten motivos excepcionales que precisen de una mayor celeridad.

Asimismo, la naturaleza del contrato, sus características, y su valor estimado comportan se emplee el procedimiento de adjudicación abierto (no armonizado) (art. 156 y siguientes de la LCSP).

## 5. Órgano de contratación

El Director General de MWCapital, en virtud de las competencias otorgadas por el Patronato de fecha 19 de noviembre de 2019.

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

El presupuesto base de licitación del contrato es de **DOS CIENTOS CINCUENTA Y CUATRO MIL CIEN EUROS (254.100,00.-€)**. Esto es, DOSCIENTOS DIEZ MIL EUROS (210.000.-€) más la partida de IVA (21%) que es de CUARENTA Y CUATRO MIL CIEN EUROS (44.100.-€).

El sistema para la determinación del precio del contrato es en base a un tanto alzado para la totalidad de las prestaciones del contrato, calculado a partir de la estimación del precio que supondría el cumplimiento efectivo del contrato de acuerdo con las condiciones que constan en el pliego de prescripciones técnicas para la realización del mismo, tomando como referencia los costes actuales de los distintos servicios y suministros, los precios asociados que tienen en el mercado y las ediciones anteriores de Jump2Digital 2021 y 2022.

De conformidad con lo dispuesto en el artículo 100.2 de la LCSP, el precio del contrato se justifica mediante las partidas desglosadas a continuación:

Concepto	Importe total (*)
Producción audiovisual	25.000
Producción de materiales de marketing físicos	15.000
Soporte a la producción	8.000
Servicio de alquiler y suministro de equipos técnicos	100.000
Servicios de personal staff vinculados al evento	6.000
Servicio de alquiler y suministro de mobiliario	20.000
Obsequios/Premios Hackaton y otras pruebas	6.000
Montaje de estands	10.000
Montaje área e instalación zona catering	5.000
Servicio de dinamización de eventos	15.000
<b>TOTAL</b>	<b>210.000</b>

(\*) Estos importes son IVA excluido y en EUROS.

El valor estimado del contrato, considerando la ausencia de modificaciones previstas y de cualquier prórroga, es de **DOSCIENTOS DIEZ MIL EUROS (210.000.-€)**, IVA excluido.

El precio del contrato es el de adjudicación y tiene que incluir, como partida independiente, el impuesto sobre el valor añadido. En el precio se considerarán incluidos los tributos, las

tasas, los cánones de cualquier tipo que sean de aplicación, así como todos los gastos que originen como consecuencia de las obligaciones establecidas en los pliegos que se tienen que cumplir durante la ejecución del contrato.

## 7. Duración

La duración del contrato se iniciará en la fecha de formalización del contrato y se extenderá hasta la celebración del evento Jump2Digital, previsto para el día 17 de noviembre de 2023, y la presentación de su informe final, el cual deberá ser entregado como máximo un mes después del evento, esto es, el 17 de diciembre de 2023.

La duración propuesta permite dar cobertura a la naturaleza y necesidades del contrato, expresadas en el punto primero de este informe.

## 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 negocio:** El volumen anual de negocios, referido al mejor de los últimos tres (3) ejercicios disponibles, en función de las fechas de constitución o inicio de actividades del contratista, deberá ser, como mínimo, igual o superior a una vez el valor estimado del contrato (de conformidad con el artículo 87.1 a) de la LCSP), es decir, igual o superior a 210.000,00 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 el que deberá estar inscrito. Los empresarios individuales no inscritos en el Registro Mercantil acreditaran su volumen anual de negocios mediante sus libros de inventarios y cuentas anuales legalizados por el Registro Mercantil.

En el caso de que la empresa no tenga la obligación de presentación de cuentas ante organismo oficial, deberá presentar una declaración al respecto y presentar las cuentas legalizadas. En caso de que la empresa no tenga la obligación de presentación de cuentas ante organismo oficial ni de legalizar

cuentas, deberá presentar una declaración al respecto, así como las cuentas firmadas por el representante legal.

## 8.2. Acreditación de la solvencia técnica o profesional

**8.2.1. Experiencia:** Una relación de los principales servicios de conceptualización, producción, secretaría técnica y/o comunicación de eventos, similares a los que constituyen el objeto del contrato, durante los últimos tres (3) años, en función de las fechas de constitución o de inicio de actividades del contratista, para al menos dos (2) empresas y/o instituciones de ámbito local, autonómica, estatal y/o internacional, cuyo importe anual acumulado en el año de mayor ejecución sea igual o superior al 60% del valor estimado del contrato (126.000.-€).

Medio de acreditación: Este criterio se acreditará mediante la aportación de certificados de ejecución, en su caso, y una declaración responsable que relacione los principales servicios de conceptualización, producción, secretaría técnica y/o comunicación de eventos, similares a los que constituyen el objeto del contrato, de eventos 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.

**8.2.2. Conocimientos específicos:** Por razón de la naturaleza del evento Jump2Digital, los licitadores deberán acreditar conocimientos específicos en eventos relacionados en alguno de los siguientes ámbitos:

- TIC/Tecnológico/Científico
- Conocimiento/Formación/Estudios
- Innovación/Empresarial

Medio de acreditación: Aportación de documentación acreditativa o certificativa de la ejecución de un (1) proyecto de gestión de contenidos desarrollado para alguno de los referidos ámbitos.

## 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 50 puntos)

**NOTA:** De conformidad con el artículo 146.3 Ley de Contratos, se establece un umbral mínimo de calidad técnica fijado en un 50% de la puntuación en base a los criterios de adjudicación ponderable en función de un juicio de valor. Por lo tanto, aquellas ofertas que no alcancen los 25 puntos en dichos criterios serán excluidas.

#### 9.1.1. Conceptualización del evento e identificación de actividades (hasta un máximo de 15 puntos)

Los licitadores deberán aportar un informe que recoja la propuesta de actividades especificado en las páginas 4-7 del Pliego de Prescripciones Técnicas (en adelante "PPT"), e identificado en éste como Tarea 1.

a) Los licitadores deben incluir en su propuesta mención y descripción de las actividades realizadas en las ediciones 2021 y 2022:

- Stage de ponencias
- Directo canal Twitch
- Speed Dating
- Talleres de programación
- Mentorías
- Hackathon
- Estands
- Experiencias con la tecnología
- Música
- Food Corners

b) Se precisa que los licitadores propongan, al menos, ocho (8) nuevas actividades que vinculen al talento con las empresas y centros de formación:

- Se solicita que, al menos dos (2) de las propuestas vayan orientadas a ofrecer un espacio de employer branding en el que las empresas BDT Partner puedan compartir con la audiencia su propuesta como empleadores.
- Se solicita que, al menos dos (2) de las propuestas planteadas vayan dirigidas a talento femenino.
- Del resto de actividades a proponer, han de focalizarse en uno de estos tres objetivos:
  - Sensibilizar sobre profesiones digitales
  - Orientar y fomentar la formación de nuevo talento digital
  - Conectar talento digital con empresas

Concretamente se valorará la calidad de las propuestas presentadas de acuerdo con el modelo que se especifica en el PPT:

- Identificación de las actividades
- Descripción de las actividades
- Elemento diferencial
- Público al que va dirigido
- Temáticas

c) En lo que refiere a Stage para ponencias, los licitadores deberán realizar una propuesta de un listado mínimo de diez (10) influencers que puedan participar en el stage, procurando la paridad de género.

De cada uno de los perfiles propuestos deberá incluir la siguiente información:

- Nombre y apellidos o alias
- Motivo de su selección
- Target
- Tipología de contenido por el que destaca
- Número de seguidores
- Engagement rate
- Enlace a sus redes sociales

d) En lo que refiere a Experiencias con la tecnología, los licitadores deberán realizar una propuesta de un listado mínimo de mínimo (10) experiencias.

Cada una de ellas se deberá incluir la siguiente información:

- Título de la experiencia
- Descripción de la experiencia
- Motivo de su selección
- Tipología de experiencia por la que destaca (por ejemplo, Realidad Virtual, Gaming, Inteligencia Artificial, Impresión 3D, etc.)
- Imágenes o links a videos que ilustren su funcionamiento

Se valorará positivamente aquellas propuestas que, como mínimo, expongan el número de propuestas solicitadas y muestren la información y la conceptualización del evento planteado de manera coherente, ordenada, completa, justificada y de forma detallada, permitiendo así valorar con el máximo grado de detalle la propuesta, en la medida en que cubra la totalidad de los aspectos indicados en el PPT.

#### **9.1.2. Distribución del espacio según las actividades descritas (hasta un máximo de 6 puntos)**

Los licitadores deberán reflejar las actividades identificadas en el punto anterior en un mapa del espacio a disposición del evento, en el recinto ferial de Fira de Barcelona en Montjuïc, tal y como se especifica y facilita en la página 8 del PPT.

Las propuestas deberán presentarse a través de un mapa del espacio y podrán ir acompañadas de renders o imágenes que puedan dar mayor detalle de la experiencia del asistente.

Se valorará positivamente aquellas propuestas que presenten una distribución que aproveche el espacio, generando un flujo regular de gente que favorezca la permanencia de los asistentes el máximo de tiempo posible.

#### **9.1.3. Secretaría técnica del contenido de las actividades previstas (hasta un máximo de 10 puntos)**

Los licitadores deberán presentar dos (2) documentos que recojan un plan de trabajo y un cronograma de toda la gestión 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.

Deberá presentarse mediante un documento que incluya, como mínimo:

- Fases del proyecto
- Actividades relacionadas
- Objetivos alcanzar
- Persona responsable
- Fecha de inicio y fin de cada fase
- Recursos
- Resultados

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. Deberá presentarse mediante un diagrama de Gantt que incluya como mínimo:

- Bloques de Trabajo
- Actividades que integran el plan de trabajo
- Fechas de inicio y finalización de los bloques, tareas y duración
- Persona responsable del bloque de trabajo y de cada tarea

De ambos documentos se valorará la coherencia, estructura, orden, claridad, veracidad de la información, la calendarización y la integración de todas las áreas de trabajo.

#### **9.1.4. Producción del evento (hasta un máximo de 10 puntos)**

Los licitadores deberán presentar un (1) documento que recoja una estimación orientativa de los diferentes elementos técnicos y gráficos que se estimen oportunos y que den respuesta a las necesidades propias de su propuesta.

Este documento debe contener una relación de elementos que den respuesta a la necesidad de producción técnica, producción gráfica y producción de contenido del evento. Se precisa que el documento diferencie las necesidades de producción por cada uno de los espacios o actividades propuestas. El documento no debe reflejar el precio de dichos elementos.

Se valorará la coherencia, estructura, orden, claridad y veracidad de la información según las necesidades requeridas para la producción del evento.

La ejecución del proyecto en base a la propuesta planteada será obligación de carácter esencial y su incumplimiento podrá comportar la resolución culpable del contrato.

#### **9.1.5. Plan de captación de públicos (online, offline y relacional) (hasta un máximo de 9 puntos)**

Los licitadores deberán presentar un plan de comunicación que dé respuesta a las necesidades identificadas en el PPT (Pág. 20 – 24). De forma concreta, se valorará cada apartado de la siguiente forma:

- **Online:** se valorará el nivel de desarrollo de la propuesta en cada uno de los apartados descritos, teniendo en cuenta la coherencia con los públicos, canales y oportunidades que ofrece el proyecto y su adecuación a los objetivos de comunicación (hasta un máximo de 3 puntos)
- **Offline:** se valorará el nivel de desarrollo de la propuesta en cada uno de los apartados descritos, teniendo en cuenta la coherencia con los públicos, canales y oportunidades que ofrece el proyecto y su adecuación a los objetivos de comunicación. Así mismo, los licitadores presentarán, al menos, una (1) propuesta de acción de marketing de guerrilla para ejecutar las semanas previas al evento, en, al menos, 5 campus universitarios, tal como indica el PPT (hasta un máximo de 3 puntos)
- **Relacional:** se valorará el nivel de desarrollo de la propuesta en cada uno de los apartados descritos, teniendo en cuenta la coherencia con los públicos, canales y oportunidades que ofrece el proyecto y su adecuación a los objetivos de comunicación (hasta un máximo de 3 puntos)

#### **9.2. CRITERIOS DE ADJUDICACIÓN OBJETIVOS O EVALUABLES DE FORMA AUTOMÁTICA (Hasta un máximo de 50 puntos)**

##### **9.2.1. Oferta económica (hasta un máximo de 30 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 las 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:

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

### 9.2.2. Actividad de consultoría previa (hasta un máximo de 20 puntos)

Se otorgarán veinte (20) puntos a aquellos licitadores que se comprometan a realizar, juntamente con MWCapital, un servicio de consultoría previo al inicio del servicio para obtener una propuesta de monetización del evento a través de la incorporación de nuevos sponsors o patrocinadores que puedan ocupar una categoría diferencial del resto de empresas participantes a través de aportaciones adicionales.

Esta consultoría deberá ser realizada y entregada antes del 3 de julio de 2023 y constará de la siguiente estructura:

- Dinámica de grupo con las personas implicadas en el proyecto por parte de MWCapital
- Benchmark de mínimo 5 propuestas de monetización de otros eventos similares
- Entregable de propuesta de monetización para Jump2digital
- Entrevistas con mínimo 5 potenciales empresas target para sondar la propuesta
- Validación de la propuesta final con el equipo de MWCapital

Medio de acreditación: Este compromiso se acreditará mediante una declaración responsable, que deberá incluirse en el sobre 3.

**Esta actividad de consultoría previa, si se hubiese ofrecido como compromiso por parte de la empresa adjudicataria, será obligación de carácter esencial, siendo que su incumplimiento comportará la resolución culpable del contrato.**

**NOTA:** En la memoria técnica que se incluye en el sobre 2 no debe hacerse ninguna referencia a esta consultoría previa dado que este compromiso de realizar esta consultoría es objeto de valoración mediante criterios automáticos, esto es, objeto de valoración en el sobre 3.

## 10. Bajas presuntamente anormales o casos de empate

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:

- Cuando las ofertas agrupadas en el grupo de “Calidad alta” (entre el 76% y el 100% de la puntuación cualitativa) presenten una oferta económica que suponga una baja de más del 10% de la media del total de las ofertas.
- Cuando las ofertas agrupadas en el grupo de “Calidad mediana” (entre el 66% y el 75% de la puntuación cualitativa) presenten una oferta económica que suponga una baja de más del 12% de la media del total de las ofertas.
- Cuando las ofertas agrupadas en el grupo de “Calidad aceptable” (entre el 50% y hasta el 65% de la puntuación cualitativa) presenten una oferta económica que suponga una baja de más del 14% de la media del total de las ofertas.
- Cuando las ofertas agrupadas en el grupo de “Calidad baja” (entre el 25% y hasta el 50% de la puntuación cualitativa) presenten una oferta económica que suponga una baja de más del 16% de la media del total de las ofertas.
- Si solo hay un licitador, cuando ofrezca un porcentaje de descuento de más del 15%.

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.

Asimismo, las ofertas que, de acuerdo con el pliego, puedan ser consideradas anormales o desproporcionadas, serán excluidas si, en el trámite de audiencia, se evidencia que los salarios considerados a la oferta son inferiores a lo que establece el convenio de aplicación.

En caso de empate entre diversos licitadores se aplicará lo dispuesto en el artículo 147 apartado 2 de la LCSP.

## 11. Subcontratación

Se admite, a excepción de las tareas consideradas críticas, que tendrán que ser expresamente ejecutadas por el contratista.

Se consideran críticas y por lo tanto no se pueden subcontratar las tareas de gestión principal y roles que son críticos para el correcto desarrollo del servicio, y que son:

- La gestión íntegra del proyecto
- Las reuniones de seguimiento

## 12. Mesa de contratación

La mesa estará constituida por:

- Presidente: **Jordi Arrufí**, Digital Talent Director de MWCapital; o persona en quien delegue;
- Secretaria: **Marta Duelo**, Chief Legal Officer de MWCapital; o persona en quien delegue;
- Vocal: **Diana López**, Head of Finance de MWCapital; o persona en quien delegue;
- Vocal técnico 1: **Alba Ruiz**, Marketing Coordinator, o persona en quien delegue;
- Vocal técnico 2: **Victor Solanas**, Head of Strategy & Operations Digital Talent 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 28 de abril de 2023



Jordi Arruffí

Digital Talent Director de MWCapital