

**PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS RELATIVAS AL CONTRATO PARA 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

Índice

1. CONTENIDO MÍNIMO ESENCIAL DE LA PRESTACIÓN OBJETO DEL CONTRATO	3
2. TAREAS.....	4
3. IDIOMA DEL SERVICIO	30
4. MEDIOS PERSONALES Y MATERIALES.....	30
5. CONFIDENCIALIDAD Y PROTECCIÓN DE DATOS DE CARÁCTER PERSONAL.....	31

1. CONTENIDO MÍNIMO ESENCIAL DE LA PRESTACIÓN OBJETO DEL CONTRATO

El presente documento tiene por objeto definir el contenido mixto de servicios y suministros para gestión de contenidos y agenda de actividades, producción de evento, secretaría técnica y comunicación del evento Jump2Digital 2023 de la FUNDACIÓ BARCELONA MOBILE WORLD CAPITAL FOUNDATION (en adelante, “**MWCapital**” o la “**Fundación**”, indistintamente).

Jump2Digital 2023 es una jornada gratuita bajo registro, que tiene como objetivo sensibilizar y conectar nuevo talento al sector digital a través de un evento pensado para facilitar la diseminación de conocimiento y la conexión entre talento y la empresa.

Este año se alcanzará la tercera edición de esta gran jornada centrada en el talento, empresas digitales y centros de formación de Barcelona, cuya propuesta atractiva para nuestro público y su ubicación en un espacio singular, inspirador y distendido, aspira a ser un referente en el sector.

La empresa adjudicataria será la responsable de impulsar, coordinar y gestionar todas las tareas que engloben la ejecución del evento Jump2Digital 2023. En concreto, la prestación deberá englobar las siguientes siete (7) tareas:

1. Conceptualización del evento e identificación de actividades
2. Distribución del espacio según las actividades previstas
3. Secretaría técnica del contenido de las actividades previstas
4. Producción del evento
5. Plan de captación de públicos (on, off y relacional)
6. Adaptación de la imagen gráfica
7. Desarrollo de la web y sistema de registro

Jump2Digital 2023 tiene prevista su ejecución el viernes 17 de noviembre de 2023 (montaje 16 de noviembre de 2023) en el recinto ferial de Fira de Barcelona en Montjuic (en adelante, “**FIRA**”), concretamente en el espacio Corner de Plaza España del Hall 8 (2.000m2) y el anexo 1 adjunto a este (1.180m2).

Estas fechas han sido ya cerradas con FIRA por lo que la gestión y la contratación del espacio queda fuera de este contrato. Esta fecha podrá estar sujeta a variaciones por causa mayor aunque mantendrá su ejecución, en todo caso, durante el último trimestre del año 2023.

2. TAREAS

De acuerdo con el apartado anterior, se procede a detallar las tareas previstas en la prestación objeto del contrato:

1. Conceptualización del evento e identificación de actividades

El contratista deberá recoger toda la información generada respecto a las dos últimas ediciones para presentar una propuesta innovadora y que rompa con el estilo habitual de este tipo de eventos.

Debe tenerse en cuenta que, en esta edición, además de visibilizar las profesiones digitales en genérico como se hizo en las ediciones del 2021 y 2022, se pretende lanzar una mirada a las profesiones del sector del gaming¹ y de la inteligencia artificial. Así, esta mirada podrá aplicarse tanto a actividades, ponencias, experiencias con la tecnología o en cualquier otro aspecto del evento que la empresa licitadora considere oportuna.

En el ámbito del gaming, a modo de ejemplo, se ha realizado un primer ejercicio interno acerca de la tipología de actividades que se podrían llevar a cabo, identificando por ejemplo las siguientes:

- Game Jam: Hackaton que tiene como propósito la creación de un videojuego de una temática definida previamente en un corto período de tiempo, normalmente entre veinticuatro y cuarenta y ocho horas. Los participantes, ya estén organizados individualmente o por equipos, suelen estar especializados en una o varias disciplinas: programación, diseño, arte, música, etc. El objetivo es presentar un build en el que se pueda testear el videojuego desarrollado y se presente delante de un jurado para seleccionar el equipo ganador.
- Masterclass Concept Art: Masterclass de un especialista en arte de videojuegos en el escenario principal o un escenario alternativo para este tipo de actividades, donde se explique cómo realizar y explicar el proceso de diseño de uno o varios personajes de un videojuego.
- Competición e-games: Invitación de uno o más gamers que compitan en directo junto con parte del público que asista al evento, en alguno de los

¹ De acuerdo con nuestro último informe [Tech Hubs Overview](#), el 32% de los hubs de desarrollo digital de Barcelona pertenecen a la industria de los videojuegos.

principales videojuegos (League of Legends, Fifa, o similar), ya sea en el escenario principal, un escenario alternativo o una battle arena pensada para llevar a cabo este tipo de actividades.

- Lifestyle: Uso de elementos llamativos propios del entorno de juego que sirvan de attrezzo a las zonas pensadas para destacar el sector del gaming. Por ejemplo, el paseo de Guardias Imperiales de Star Wars u otros personajes relevantes, el uso de colores y efectos propios de videojuegos para crear un clima emocionante, instalación de juegos gigantes como pac-man, etc. Se pone como ejemplo el evento realizado por King en Barcelona:

<https://www.youtube.com/watch?v=jS2wrZFGgJA>

En el ámbito de la Inteligencia Artificial, a modo de ejemplo, se ha realizado un primer ejercicio interno acerca de la tipología de actividades que se podrían llevar a cabo, identificando las siguientes:

- Prompt Contest: Realización de un concurso en el que los asistentes deban generar un prompt para alguna de las plataformas de inteligencia artificial más importantes (Chat GPT, Midjourney, etc), y que los mismos asistentes puedan valorar el resultado que genere la plataforma.
- Casos de uso: Instalación de casos de uso de aplicativos de inteligencia artificial aplicados a diferentes ámbitos que el visitante pueda probar: arte, salud, conducción, asistentes de hogar, belleza, etc. Por ejemplo, sistemas de reconocimiento facial o IA aplicada a generar efectos y filtros de incremento o decrecimiento de edad, un nuevo corte de pelo, ropa o similares.
- ChatGPT Masterclass: Masterclass de un especialista en Inteligencia Artificial que pueda explicar los elementos básicos para sacar el máximo rendimiento de ChatGPT y pueda exponer ejemplos y usos prácticos. Se podría desarrollar en el escenario principal o un escenario alternativo para este tipo de actividades.
- Lifestyle: Uso de robots de ambiente futurista que sirvan de attrezzo a las zonas pensadas para destacar el sector de la Inteligencia Artificial.

De acuerdo con el Pliego de Cláusulas Administrativas y el Informe de Necesidad, se deberá presentar una propuesta de actividades que deberá comprender, como mínimo, los siguientes apartados:

- Identificación de las actividades: Incluyendo las actividades descritas en el Informe de Necesidad referentes a las ediciones 2021 y 2022 (stage para ponencias, speed dating, talleres, directo canal twitch, hackathon, mentorías, stands,

experiencias con la tecnología, música, food corners), se solicita que el contratista proponga, al menos, ocho (8) nuevas actividades que vinculen al talento con las empresas y centros de formación. Así, del conjunto de propuestas:

- 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

Del conjunto de nuevas propuestas que el contratista presente, se seleccionarán cuatro (4) actividades propuestas que serán las que se deberán llevar a cabo, juntamente con las realizadas en las ediciones del 2021 y 2022.

- Descripción de las actividades: Se requiere el mayor detalle posible para comprender el tipo de actividad que se propone, así como el uso de ejemplos que puedan ser válidos para su mejor comprensión.
- Elemento diferencial: Con estas actividades se pretende romper y diferenciarnos con el resto de eventos que puedan ser similares en contenido, todo ello con el objetivo de posicionarnos como un evento único en el ecosistema. Para ello, se propone un contenido disruptivo siguiendo el espíritu de las últimas ediciones. Se precisa conocer de cada una de las actividades propuestas y el elemento diferencial de cada una de ellas.
- Público al que va dirigido: Se precisa conocer el público al que cada una de las diferentes actividades propuestas van destinadas. Debe tenerse en cuenta que, al margen del público al que nos hemos dirigido en las últimas dos ediciones y que se recoge en el Informe de Necesidad, consideramos que la próxima edición de Jump2Digital puede abarcar una audiencia mayor. Para ello, se considera importante poder dirigirnos a profesionales senior o a talento en formación especializados en sectores de alto valor añadido, entre ellos: estudiantes de grados, postgrados o doctorados de informática, telecomunicaciones, matemáticas, ingeniería, o similares.

- Temáticas: Se refiere a si dicha actividad se focaliza en una tipología de profesión o tecnología concreta o puede englobar un discurso general dirigido a todas las profesiones.

Dada la experiencia de las ediciones 2021 y 2022 se solicita que el contratista tenga en cuenta el desarrollo de estas actividades a incluir en su propuesta:

- Stage para ponencias: Desarrollo de ponencias de 30 minutos de forma ininterrumpida para una audiencia de 200 personas durante todo el evento, mezclando la intervención de personajes públicos y notorios para nuestra audiencia (influencers), así como ponentes expertos de las empresas BDT Partner.

En este punto se hace especial mención en que, la propuesta que presente el contratista, deberá proponer un listado de mínimo diez (10) influencers para que participen en el stage y generen contenido previo al evento. Además, será importante tener en cuenta la paridad de género en esta propuesta. De cada uno de los perfiles propuestos, se 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.
- Directo canal Twitch: Retransmisión en directo desde nuestro canal de Twitch en el que se entrevistarán a los diferentes ponentes que han pasado por el stage, así como otras empresas, talento y centros de formación participantes del evento.
 - Speed Dating: Realización de entrevistas entre nuevo talento digital y recruiters de empresas que participen para una primera toma de contacto y eventual proceso de contratación. Participación mínima de 20 empresas (20 mesas, una por cada empresa participante).
 - Talleres de programación: Realización de talleres de 90 minutos de forma ininterrumpida durante todo el evento sobre programación en diferentes temáticas y ámbitos. Mínimo 3 salas de talleres con una capacidad mínima de 120 personas por sala equipadas con sillas y mesas para los alumnos.

- **Mentorías:** Realización de sesiones one to one entre talento que busca mejorar sus habilidades y profesionales del sector. Participación mínima de 20 mentores/as.
- **Hackathon:** Resolución de un reto durante toda la jornada para demostrar las habilidades digitales de los participantes a las empresas que asistan como mentoras y al jurado. Mínimo una sala para la participación mínima de 60 personas.
- **Stands:** Punto de atención al visitante para empresas y centros de formación interesados en conectar con el talento que asista al evento. Número de stands mínimos, 10 stands.
- **Música:** Zona de ocio en la que un DJ ameniza la jornada y da un ambiente festivo al evento durante todo el día.
- **Food Corners:** Zona de venta de comida y bebida que acompaña al DJ para promover el ambiente festivo del evento.

En este punto, se sugiere asociar el evento a alguna empresa de comida destacada de acuerdo con el público del evento como puede ser Vicio, Goiko o similares. Así como también dejando abierta la opción de otras variedades culinarias.

En lo que respecta a la bebida, MWCcapital mantiene estrecha relación con Damm dado que es empresa patrona de la fundación.

- **Experiencias con la tecnología:** Zona en la que el asistente puede tocar, ver y sentir la tecnología de forma experiencial.

En este punto se hace especial mención de que la propuesta que presente el contratista deberá proponer un listado de mínimo de diez (10) experiencias con la tecnología. De cada una de ellas 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, Impresión 3D, Inteligencia Artificial...)
- Imágenes o links a vídeos que ilustren el funcionamiento

A fin de orientar acerca de la tipología de experiencia que se espera, se recomienda que, en la medida de lo posible, se tengan en cuenta alguna de las siguientes características:

- Inmersiva
- Interactiva
- Intuitiva
- Personalizable
- De retroalimentación, es decir, que pueda recoger datos de los participantes que sirva para mejorar la experiencia como, por ejemplo, sistemas de puntuación
- De rápido acceso para el visitante, es decir, que el tiempo entre que el usuario accede a la experiencia y ésta empieza sea breve y requiera de la mínima intervención para ajustar dispositivos.
- Capaz de gestionar a varios usuarios a la vez
- Desde fuera se pueda ver la experiencia que está realizando el participante para fomentar el efecto reclamo en el resto de los asistentes.

Del conjunto de propuestas que el contratista presente, se seleccionarán cinco (5) experiencias que serán las que el contratista deberá llevar a cabo.

Al margen, MWCcapital dispondrá de seis experiencias conceptualizadas bajo el nombre Feel the Technology que se especifican en el Informe de Necesidad sin que el contratista asuma coste alguno.

2. Distribución del espacio según las actividades descritas

El contratista deberá reflejar las actividades identificadas en el punto anterior en un mapa del espacio acordado en el recinto ferial de Fira de Barcelona en Montjuic, concretamente, el espacio Corner de Plaza España del Hall 8 (2.000m²) y el anexo 1 adjunto a este (1.180m²). Se ilustra de color rojo el contorno del espacio disponible:



En [este enlace](#) se puede obtener mayor detalle del espacio (mapa en la página 79).

A destacar que, de acuerdo con la experiencia del 2021 y 2022, hay algunas actividades que precisan de una correcta acústica para su realización (por ejemplo, talleres, speed dating, hackathon o mentorías). La selección del espacio señalado en rojo conceptualiza dos zonas separadas físicamente que pueden servir para dividir las actividades sonoras (ponencias, música o experiencias con la tecnología), del resto para evitar interferencias de ruido.

En su propuesta, el contratista deberá tener en cuenta que la distribución del espacio sea la más llamativa posible de acuerdo con la lógica de accesos al recinto. Los asistentes accederán al recinto por el acceso de Plaza España directo al Corner del Hall 8 (2.000m2) ya que no se puede acceder directamente al Anexo 1 (1.180m2).

El contratista puede acompañar la propuesta de distribución del espacio con renders o imágenes que puedan dar mayor detalle de la experiencia del asistente.

3. Secretaría técnica del contenido de las actividades previstas

El adjudicatario se encargará de la planificación, producción y ejecución de las actividades recogidas en el presente documento y que conforman la programación de Jump2Digital 2023.

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

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

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

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

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

- Incorporación del equipo
- Reuniones de seguimiento
- Hitos
- Tareas
- Entregables
- Contenidos
- Producción técnica
- Post evento
- Entrega Informe final

Queda establecida la fecha en el que se llevará a cabo Jump2Digital 2023 el **17 de noviembre de 2023**, siendo el montaje el 16 de noviembre.

Estas fechas están sujetas a posibles modificaciones por causa mayor. No obstante, a efectos de la preparación de las ofertas, se deberán tener en cuenta estas fechas.

Las actuaciones de secretaría técnica consisten en las siguientes:

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

La entidad adjudicataria ha de realizar toda la logística de actividades, ponentes, talleristas, moderadores y colaboradores que participen en las diversas actividades de Jump2Digital 2023.

Se entiende por logística, en este caso, a todas las tareas necesarias para la planificación y gestión del flujo de materiales e información incluyendo sistemas de control de la información entre las entidades BDT Partner que participan, aportando contenido a la programación y a los participantes en las actividades. No se incluye en dicha licitación los posibles pagos de traslados ni alojamiento, pero sí facilitar las gestiones para llevarlos a cabo en caso de que sea necesario.

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

- a) Identificación y selección de los ponentes, talleristas, proveedores, empresas y centros de formación participantes adecuados para el evento, en función de la actividad que corresponda.
- b) Establecimiento de contacto con los ponentes, talleristas, proveedores, empresas y centros de formación seleccionados, ya sea por correo electrónico, teléfono u otros medios, para presentarles el evento y discutir los detalles de su participación.
- c) Acuerdo de los términos y condiciones de su participación, incluyendo la fecha y hora de su intervención, los temas que tratarán, el tiempo asignado para su

presentación. Los honorarios y los gastos de viaje quedan fuera de esta licitación por lo que será asumido por MWCcapital al margen de este contrato.

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

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

- e) Homogeneización de textos correspondientes a biografías, fotografías de los participantes para los formatos online y offline y las descripciones de las actividades de la agenda. Ello significa que la entidad adjudicataria del contrato tendrá que homogeneizar los textos de la programación de Jump2Digital 2023. Los contenidos se elaborarán en dos (2) idiomas (catalán y castellano).
- f) Preparación y envío de las guías de presentación y pautas de presentación a los ponentes, talleristas y otros colaboradores, para que puedan prepararse adecuadamente y cumplir con los requisitos del evento.
- g) Comunicación continua antes, durante y después del evento, para asegurarse de que estén al tanto de los cambios de horario, cualquier necesidad adicional y dar seguimiento a los honorarios correspondientes.
- h) Atención y *hospitality* de los ponentes, talleristas y otros colaboradores participantes el día del evento para tener control de la participación de todos ellos, resolución de incidencias insitu y, en caso de que sea necesario, incluyendo la reserva de vuelos, hoteles, transportes y cualquier otro servicio requerido. Los gastos propios de viajes quedan fuera de esta licitación por lo que será asumido por MWCcapital al margen de este contrato.
- i) Agradecimiento y seguimiento con los todos los implicados después del evento, para recopilar sus comentarios y retroalimentación de mejoras.

2. Gestión de proveedores y gastos asociados derivados de la secretaría técnica

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

En referencia a los costes derivados de la programación de contenidos y de las actividades a realizar en el marco de Jump2Digital:

- MWCcapital asumirá los costes correspondientes a los honorarios y gastos de viajes de los influencers, gamers o expertos que se inviten, así como del presentador/a, y los proveedores para la realización del hackathon, del speed dating y de las seis experiencias Feel The Technology mencionadas en el Informe de Necesidad.
- El resto de los costes de las actividades concretas en la TAREA 1 (Conceptualización del evento e identificación de las actividades) correrán a cargo de la empresa adjudicataria.

A destacar que, el contenido y coste de algunas actividades, puede ser fruto de la existencia o no de voluntad e interés de empresas y centros de formación BDT Partner en dinamizarlas e impartirlas a la audiencia que asista. Concretamente, es el caso de la impartición de talleres, la impartición de mentorías o la participación como ponentes en el stage o en el canal de Twitch.

En el caso de que alguna de las actividades propuestas fruto de la conceptualización del evento requiera de otro tipo de profesional, la empresa licitante puede incluir en su propuesta la contratación de servicios de dinamización de eventos tal como se describe en el desglose presupuestario del Informe de Necesidad.

A pesar de que la contratación del proveedor y el coste de las actividades Speed Dating y Hackathon quedan fuera de la presente licitación, la empresa adjudicataria deberá gestionar los proveedores que se pongan a disposición para su correcta ejecución. A modo orientativo, se definen las diferentes tareas que comportan ambas actividades:

Speed Dating:

- Prospección de empresas: identificación de empresas del sector digital para proponer la participación en esta actividad. En primera instancia, promover la participación de las empresas BDT Partner. En función de la capacidad máxima de esta actividad, podemos ofrecer el resto a otras empresas.
- Validación de ofertas de empleo: recepción y evaluación de los diferentes perfiles profesionales que buscan las empresas participantes y segmentación de todas las ofertas recibidas por tipología de perfil (programadores/as de PHP, Java, React, Data, Node, etc.)
- Publicación de las ofertas según perfiles profesionales: creación de categorías según profesiones ofertadas de forma que las personas interesadas puedan aplicar a su categoría profesional. Esta publicación quedará integrada en la web de registro al evento como una actividad optativa a los asistentes.

- Difusión de la actividad de Speed Dating: comunicación a través de centros de formación para promover la inscripción de aquellas personas que estén finalizando sus estudios digitales. En este punto, hay que mencionar que tenemos una amplia relación con esta tipología de centros. Sin embargo, es necesario realizar una labor de seguimiento para asegurarse la efectiva difusión de esta actividad entre su alumnado.
- Recepción de candidaturas: preselección de las personas candidatas a las categorías profesionales publicadas según los criterios solicitados por las empresas participantes. Para ello es necesario la criba de todos los CVs recibidos y evaluar la idoneidad de cada participante según sus estudios y experiencia.
- Comunicación con las personas participantes: comunicación con todos los candidatos para que conozcan el estado de su candidatura y, en caso de ser seleccionada, facilitar toda la información necesaria para que puedan prepararse la entrevista dando detalle de la organización y accesos al evento. Las comunicaciones se realizarán con suficiente antelación por teléfono y e-mail, así como el envío posterior de e-mails de recordatorio en el que se concrete la hora exacta de sus entrevistas.
- Comunicación con los recruiters: comunicación con el personal que pongan a disposición del evento las empresas participantes para que tengan toda la información necesaria previa al evento así como detalle de la organización y accesos. Las comunicaciones se realizarán con suficiente antelación por teléfono y e-mail, así como el envío posterior de e-mails de recordatorio en el que se concrete la hora exacta de sus entrevistas.
- Logística y operativa del Speed Dating: disposición de un equipo configurado mínimo por una persona en rol de coordinación y dos personas en rol de soporte que estarán presencialmente el día del evento para asegurarse del buen funcionamiento de la logística, gestión y coordinación de las entrevistas y solucionar los problemas e imprevistos que surjan. Así mismo, se preocuparán de la distribución de personas candidatas y empresas según los diferentes turnos de entrevistas y, en caso de que sea necesario, expliquen en público el funcionamiento del Speed Dating, tanto a empresas como a personas candidatas.
- Post Speed Dating: seguimiento de las empresas para conocer el resultado de las entrevistas, concretamente: a las 48h hábiles del evento, presentaran un report con los datos macro de la participación de candidatos, entrevistas, empresas que hayan participado, etc. A los 20 días hábiles, presentarán un

informe en el que se recojan todos los datos cuantitativos y cualitativos del impacto de dicha actividad en el que se recojan:

- Candidatos/as finalmente entrevistados
- Candidatos/as seleccionados y contratados
- Candidatos/as en proceso
- Candidatos/as descartados

Hackathon:

- Prospección de empresas: identificación de empresas del sector digital para proponer la participación en esta actividad. En primera instancia, promover la participación de las empresas BDT Partner. En función de la capacidad máxima de esta actividad, podemos ofrecer el resto a otras empresas.
- Identificación de los perfiles: de acuerdo con las empresas participantes, se identificarán la tipología de perfiles que precisan cubrir para que compongan los equipos que participen en la resolución del hackathon. Por ejemplo, front-end, back-end, data,.. Así mismo, identificarán el reto que deberán resolver a lo largo de toda la jornada en Jump2Digital preparando toda la información que precisarán durante el evento tales como la presentación del reto, datasets, etc.
- Desarrollo de la prueba online: a fin de validar las capacidades técnicas de los participantes, precisamos desarrollar una primera prueba técnica en la que podamos obtener el nivel de conocimiento y experiencia de las personas que se hayan registrado a fin de crear grupos homogéneos que participen en el hackathon durante Jump2Digital. Esta prueba estará disponible desde el primer día de registro para que el journey de las personas participantes sea lo más ágil posible.
- Difusión de la actividad de Hackathon: comunicación a través de centros de formación para promover la inscripción de aquellas personas que estén finalizando sus estudios digitales. En este punto, hay que mencionar que tenemos una amplia relación con esta tipología de centros. Sin embargo, es necesario realizar una labor de seguimiento para asegurarse la efectiva difusión de esta actividad entre su alumnado.
- Evaluación de los resultados: corrección de las pruebas realizadas y criba de las personas que finalmente participen en el hackathon de acuerdo con parámetros objetivos y procurando obtener una paridad de género entre las personas participantes.

- Comunicación con las personas participantes: comunicación con todos los candidatos/as para que conozcan el estado de su candidatura y, en caso de ser seleccionados, facilitar toda la información necesaria para que puedan prepararse dando detalle de la organización y accesos al evento. Las comunicaciones se realizarán con suficiente antelación por teléfono y e-mail, así como el envío posterior de e-mails de recordatorio en el que se concrete la hora exacta de su participación.
- Comunicación con las empresas: comunicación con el personal que pongan a disposición del evento para que tengan toda la información necesaria previa sobre el reto que se presentará, los perfiles que participarán, así como detalle de la organización y accesos. Las comunicaciones se realizarán con suficiente antelación por teléfono y e-mail, así como el envío posterior de e-mails de recordatorio en el que se concrete la hora exacta de su intervención.
- Logística y operativa del Hackathon: disposición de un equipo configurado mínimo por una persona en rol de coordinación y dos personas en rol de soporte que estarán presencialmente el día del evento para asegurarse del buen funcionamiento de la logística, gestión y coordinación de los equipos y puedan resolver los problemas e imprevistos que surjan. Así mismo, se preocuparán de la distribución de personas por equipo y expliquen en público el reto y funcionamiento del Hackathon, tanto a empresas como a personas candidatas.
- Asignación de roles de mentores y jurado: las personas que pongan a disposición las empresas para la participación del hackathon participarán como mentores/as de los equipos siendo éstas personal técnico o de recursos humanos cuya finalidad será la de observar talento trabajar en acción para eventuales procesos de contratación. Finalmente, estos mismos mentores participarán como jurado para seleccionar el equipo ganador.
- Post Hackathon: seguimiento de las empresas para conocer el resultado de la experiencia y compartir los datos de las personas participantes. Concretamente: a las 48h hábiles del evento, presentarán un report con los datos macro de la participación de candidatos, empresa y feedback. A los 20 días hábiles, presentarán un informe en el que se recojan todos los datos cuantitativos y cualitativos del impacto de dicha actividad en el que se recojan:
 - Candidatos/as finalmente hayan contactado
 - Candidatos/as seleccionados y contratados
 - Candidatos/as en proceso
 - Candidatos/as descartados

Es importante destacar en este punto que, si bien la contratación de la empresa para la realización del hackathon corre a cargo de MWCcapital, la empresa adjudicataria deberá proveer el premio u obsequio a los ganadores tanto de este hackathon como de otras pruebas que se realice en el evento, de acuerdo con su propuesta de actividades presentada, tal y como se detalla en el desglose del presupuesto del Informe de Necesidad.

3. Gestión de bases de datos

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

Algunas de estas bases de datos son:

- Ponentes de empresas
- Ponentes influencers
- Mentores
- Talleristas
- Proveedores
- Inscritos
- Asistentes
- Otros contactos relevantes

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

a. Preparación de dossieres

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

b. Plataforma de registro de asistentes y atención a usuarios

El adjudicatario será responsable de realizar la convocatoria y el seguimiento constante de las inscripciones a Jump2Digital a través de las plataformas de MWCcapital tal y como se detalla en la TAREA 7.

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

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

Se deberá realizar un seguimiento periódico del avance con MWCcapital junto con las acciones de mejora para incentivar las actividades con menor porcentaje de inscripciones, según el plan de captación de públicos.

c. Licencias, permisos y seguros

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

d. Cierre del proyecto e Informe final

El adjudicatario deberá elaborar un informe de cierre y entregarlo, como máximo, en un plazo de un mes después de la finalización del evento, esto es, el 17 de diciembre de 2023.

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

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

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

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

4. Producción del evento

El adjudicatario se encargará de la planificación, producción y ejecución de las necesidades técnicas y gráficas para el correcto desarrollo del evento Jump2Digital 2023.

Se deberá elaborar un (1) documento que recoja una estimación orientativa de los diferentes elementos técnicos y gráficos que se estimen oportunos que den respuesta a las necesidades propias de su propuesta. Se precisa que el documento diferencie las necesidades de producción por cada uno de los espacios o actividades propuestas.

Los licitadores, según su propuesta de conceptualización y producción del evento, deberán proponer los equipos técnicos y mobiliario necesarios para llevar a cabo sus ideas creativas y poder sugerir así posibles ajustes a estas partidas, descritas en el desglose del presupuesto del Informe de Necesidad. En este sentido, este enfoque permite una mayor flexibilidad y libertad de innovación en la propuesta presentada.

En este punto se hace especial mención a la importancia que tiene la creación de un ambiente espectacular e innovador para el asistente. Al acceder al recinto el asistente debe sentirse inmediatamente inmerso en un ambiente emocionante y tecnológico. El ambiente debe estar diseñado para impresionar y asombrar a los asistentes y hacerlos sentir que están en un lugar especial. La iluminación, la música y los efectos visuales deben ser impactantes y crear una atmósfera única. Además, el espacio debe estar organizado de tal manera que los asistentes puedan moverse cómodamente y acceder fácilmente a las diferentes áreas y actividades del evento. En resumen, el evento debe proporcionar una experiencia completa e inolvidable.

Así mismo, se solicita que el licitador tenga en cuenta la sostenibilidad como eje transversal a la producción del evento como, por ejemplo, el uso de materiales sostenibles o reciclados para la construcción o decoración o la implementación de prácticas de reciclaje en el propio evento.

Producción técnica:

La entidad adjudicataria será responsable frente a MWCcapital de la gestión y asumirá el coste de la planificación, organización y producción técnica del evento.

Se desarrollarán, como mínimo, las siguientes tareas:

- a) Identificación y suministro de todo el espacio para el desarrollo de las actividades identificadas de:
 - Material audiovisual tales como pantalla central de mínimo 4m de largo x 2,25m ancho (respetando el formato 16:9), pantallas secundarias para señalética i otros usos necesarios, cámaras, proyectores, microfonía inalámbrica, altavoces, iluminación, mesa de control, técnicos, etc.
 - Equipamiento y conexiones necesarias para llevar a cabo las actividades que precisen internet tanto por wifi como por cable, si fuera necesario, teniendo en cuenta el ancho de banda necesario de acuerdo con la previsión de dispositivos conectados.
 - Iluminación de todos los espacios. A destacar la importancia de generar un clima único y disruptivo para el asistente. Se sugiere el uso de barras de luz, leds y otros elementos similares.

- Mobiliario para poder llevar a cabo todas las actividades tales como sillas, mesas, mesas altas, taburetes, plantas, sofás, etc.
- Elementos estructurales tales como tarimas, gradas, truss para la iluminación, sonido y otras necesidades similares.
- Señalética y elementos de branding tales como fly banner, vinilos, foams, lonas o photocall, entre otros.
- Otros elementos audiovisuales para generar efectos especiales que complementen la atmósfera del evento.
- Potencia eléctrica y cableado necesaria para el desarrollo de todas las actividades.
- Limpieza de espacios y seguridad.
- Staff de producción y de sala en todas las actividades cuándo sea necesario.
- Sistema de interlocución entre el equipo técnico y el equipo de MWCcapital en el evento a través de walkie talkie o similares.
- Otros equipamientos complementarios tales como catenarias, moqueta u otros elementos similares.
- Elementos de merchandising tales como pulseras de registro, sudaderas, gorras, porta-móviles u otros elementos similares.

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

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

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

En este punto hacemos especial mención a que la interacción entre el asistente y las actividades previstas sean lo más paper-less posibles, utilizando para ello elementos digitales que substituyan al papel. Por ejemplo, en la actividad de speed dating, el usuario pueda presentar su código QR para verificar su asistencia a dicha actividad sin necesidad de utilizar listas en papel de asistencia.

Producción gráfica:

Respetando la guía de estilo de los logotipos y la convivencia de la marca con el evento, la entidad adjudicataria será responsable frente a MWCcapital de la gestión y asumirá el coste de la planificación, organización y producción gráfica de los distintos elementos visuales del evento.

MWCcapital se encargará de transferir las guías de utilización de logotipos, tipografías y colores para una correcta aplicación.

Se desarrollarán, como mínimo, las siguientes tareas:

a) Identificación y suministro de todos los elementos gráficos que se consideren necesarios:

- Diseño y producción de materiales impresos como carteles, banners, banderolas, señalética, etc.
- Diseño y producción de materiales gráficos como anuncios en redes sociales, correos electrónicos, páginas web del evento
- Diseño y producción de elementos gráficos para pantallas LED y proyectores del evento
- Diseño y producción de elementos decorativos del evento (por ejemplo, uso de leds, globos, etc.)
- Diseño y producción de elementos de acceso como pulseras o tarjetas de acceso
- Diseño y producción de elementos merchandising tales como gorras, sudaderas, porta-móviles, etc.

En definitiva, todos los elementos gráficos necesarios para dicho evento.

b) Montaje, desmontaje, custodia, traslados y almacenamiento de la producción gráfica. Será necesario elaborar un plan específico de montaje y desmontaje incluyendo la logística y los recursos necesarios para llevar a cabo las actividades que será compartido con MWCcapital en todo momento.

Producción de contenidos:

La entidad adjudicataria asumirá la implicación integral de los servicios audiovisuales asociados al evento Jump2Digital 2023, en concreto:

- Directo canal Twitch:

Se cubrirá por streaming las entrevistas y contenido que se emita desde nuestro canal en Twitch, mínimo con un plano fijo tomando de referencia la edición anterior, ver [enlace](#). La entidad adjudicataria aportará los recursos materiales y personales necesarios para poder realizar el directo y su correcto lanzamiento a través de esta red social.

Se deberá garantizar la calidad de video a nivel técnico (sonorización de los ponentes, correcta iluminación del espacio, calidad de la resolución de imagen) y conexión a internet por cable.

Así mismo, deberá tenerse en cuenta todo el mobiliario, elementos de attrezzo y set de grabación que sirvan para la correcta realización de este directo.

- Grabación de ponencias:

Todas las ponencias realizadas en el stage deberán ser grabadas, mínimo con un plano fijo, tanto audio como video para su posterior publicación en nuestro canal de Youtube tal y como se hizo en la [anterior edición](#)

La entidad adjudicataria aportará los recursos materiales y personales necesarios para poder realizar la grabación y posterior edición. Se deberá garantizar la calidad de video a nivel técnico (sonorización de los ponentes, correcta iluminación del espacio, calidad de la resolución de imagen).

Así mismo, la entidad adjudicataria se encargará de segmentar las grabaciones en diferentes piezas correspondientes a cada intervención incluyendo una careta de entrada y una de salida en cada una de ellas referentes al evento.

Se precisa que la entidad adjudicataria entregue dichas piezas como máximo una semana posterior al evento.

A modo informativo, el servicio de fotografía y grabación del video resumen queda fuera de esta licitación a pesar de que se realizara con recursos internos de MWCcapital.

5. Plan de captación de públicos (online, offline y relacional)

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

La entidad adjudicataria contará con los canales de comunicación de MWCcapital, Jump2Digital y sus colaboradores, como, por ejemplo, los canales de comunicación del Ayuntamiento de Barcelona o de la Generalitat de Catalunya. Los contenidos que se publiquen en el canal de Barcelona Digital Talent o Jump2Digital se gestionará por la entidad adjudicataria y, los de MWCcapital y terceros se gestionarán a través del equipo de MWCcapital.

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

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

Los objetivos del plan de comunicación y de los contenidos relacionados con Jump2Digital 2023 son:

- Aumentar la notoriedad de Jump2Digital como evento de referencia en el ámbito del talento digital
- Impactar principalmente en la ciudadanía de Barcelona (área metropolitana) y, más concretamente, al público al que se dirige: talento digital en una de las tres fases descritas en el Informe de Necesidad (sensibilización, formación y conexión), centros de formación y empresas tecnológicas.
- Comunicar la iniciativa, dar visibilidad a las entidades, ponentes y las actividades programadas de la agenda.
- Apoyar la estrategia de captación de públicos de las actividades
- Generar contenidos gráficos y audiovisuales para la fase previa, durante y posterior al evento que apoye la convocatoria y comunicación de éste. Se solicitan un total de 8 (ocho) piezas audiovisuales en formato vertical de 30, 45 o 60 segundos para compartir por redes sociales que integren elementos dinámicos, iconografía y multimedia para dar dinamismos a las piezas. En concreto, para la fase previa se solicitan piezas que traten territorios de contenidos afines al evento y que apoyen la convocatoria y difusión de éste como, por ejemplo, para promocionar los ponentes del evento, hablar sobre temáticas relacionadas con las profesiones digitales u otras propuestas. Asimismo, durante el evento también se solicita la generación y producción de contenido audiovisuales para visibilizar las actividades realizadas durante el evento, impacto del evento y el ambiente distendido del mismo que podrán utilizarse, entre otros. Por último, estas piezas deberán responder al tono y estilo de comunicación del evento, juvenil, rompedor y atractivo.
- Fortalecer las relaciones entre MWCcapital y las entidades públicas y privadas que participen, entidades colaboradoras y agentes de influencia que participen en el desarrollo del evento.
- Contar con una estrategia de relacional que permita mantener o estrechar los vínculos con entidades o personas de interés para MWCcapital.

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

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

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

Plan de comunicación online:

Jump2Digital tiene establecidos como canales online: Instagram, Twitter, YouTube y Twitch. Además de una plataforma de envío de e-mailing .

Instagram: <https://www.instagram.com/bdtalent/?hl=es>

Twitter: <https://twitter.com/BDTalent>

Youtube: <https://www.youtube.com/channel/UCVIONiw8MGUpjQBjLANwt5Q>

Twitch: <https://www.twitch.tv/Jump2Digital>

Linkedin: <https://www.linkedin.com/company/barcelona-digital-talent/>

Se solicita que la empresa adjudicataria lleve a cabo las siguientes actividades:

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

- c) Paid media, para Google, Twitter e Instagram con previsión de alcance, control, monitorización e informe de cierre. Se deberá incluir los siguientes apartados:
- a) Presupuesto
 - b) Calendario
 - c) Públicos
 - d) Canales
 - e) Propuesta de contenidos
 - f) Seguimiento
 - g) Resultados

La empresa adjudicataria se hará cargo del coste de la inversión económica con un mínimo de inversión total de 18.000€ a distribuir según convenga entre los canales previstos.

- d) Actualización, creación y gestión de contenidos en (2) dos idiomas (catalán y castellano) en la web que se elabore de acuerdo con la TAREA 7. En este apartado, se incluye como mínimo:
- Actualización, mantenimiento y aplicación de mejoras en la landing page de Jump2Digital 2023 que MWCcapital pondrá a disposición.
 - Creación de los contenidos de la web que incluye los contenidos del apartado “Preguntas Frecuentes”
 - Publicación y actualización de las actividades de la agenda
 - Mantenimiento de los formularios de registro
- e) Planificación, diseño y envío de comunicaciones de e-mail marketing. El adjudicatario realizará la conceptualización de la estrategia de e-mail marketing así como el desarrollo de los mensajes a comunicar, creatividades, segmentación y los envíos desde la plataforma propuesta por el equipo de MWCcapital y presentará una estrategia que contenga, como mínimo:
- Objetivos
 - Calendarización
 - Propuesta de segmentación
 - Ideación del workflow: journey

Hay que destacar que, durante la realización del servicio, se tendrá que realizar un informe de resultados (análisis cualitativo y cuantitativo) de la estrategia de e-mail marketing para evaluar el funcionamiento de esta acción en el plan de captación.

- f) Influencer: de acuerdo con la propuesta de contenido para el stage recogido en la TAREA 1, se solicitará que los influencers participantes compartan en sus redes que participaran en Jump2Digital a fin de invitar a su comunidad de seguidores a que vengan a verlo y, también realicen comunicación durante el evento para amplificar el

impacto y visibilidad del mismo. Se precisa que la empresa adjudicataria gestione la relación con los influencers para garantizar la correcta realización de esta difusión. así como cualquier elemento de comunicación que acuerde MWCcapital con el influencer.

Plan de comunicación offline:

Se solicita que la empresa adjudicataria lleve a cabo las siguientes actividades:

- a) Marco referencial de la definición, objetivos y alcance del plan de comunicación teniendo en cuenta, como mínimo lo expuesto anteriormente.
- b) Definición de públicos. En base a la prospección de públicos ya realizada en el apartado técnico de esta licitación, la entidad adjudicataria propondrá una estrategia concreta para los públicos a los que se pueda acceder con el plan de comunicación.
- c) Calendarización de las acciones de la campaña
- d) Propuestas de materiales de branding de impresión, en gran y pequeño formato, como por ejemplo:
 - Carteles
 - Postales
 - Banderolas
 - Programas de mano
 - Photocall
 - Roll-up
 - Banderolas
 - Opis y mupis
 - Autobuses
 - Tarjetones
 - Elementos de señalización tipo: cartel para atril
 - Propuestas creativas de *merchandising*: bolsas totebag, pins, camisetas o bolígrafos, entre otras.

La empresa adjudicataria se hará cargo del coste de la inversión económica a distribuir según convenga entre los canales previstos.

- e) Marketing de guerrilla:

La empresa adjudicataria propondrá una (1) acción de marketing de guerrilla para ejecutar las semanas previas al evento en, al menos, 5 campus universitarios como, por ejemplo, campus UPC, campus UAB, campus UB, etc.

Esta acción contará con una estrategia y planificación, con los siguientes puntos:

- Definición
- Objetivos
- Públicos
- Ubicación
- Calendarización
- Necesidades técnicas
- Plan de ejecución
- KPIs

La empresa adjudicataria se hará cargo de todo el coste que suponga esta actividad sin que repercuta de forma alguna a MWCcapital incluyendo la gestión propia con los diferentes campus universitarios.

f) Saló de l'Ocupació:

Durante el 4 y 5 de octubre se llevará a cabo el Saló de l'Ocupació – Biz Barcelona. De acuerdo con las relaciones establecidas entre MWCcapital y Barcelona Activa se precisa realizar una acción dentro del propio salón que sirva para captar asistentes para Jump2Digital 2023. Dicha acción puede consistir en una ponencia, un stand o cualquier otro elemento que sirva para atraer la atención del visitante y puedan registrarse insitu a Jump2Digital.

La empresa adjudicataria se hará cargo de todo el coste que suponga esta actividad sin que repercuta de forma alguna a MWCcapital.

Plan de comunicación relacional:

Durante las ediciones del 2021 y 2022 se elaboró un plan relacional basado principalmente en centros de formación FP, bootcamps y otras escuelas de código.

Se precisa que la empresa adjudicataria nos pueda dar apoyo en la ampliación de agentes relevantes relacionados con las actividades previstas y relevantes a las temáticas destacadas de esta edición.

En concreto, este año se precisa ampliar la comunicación a universidades tecnológicas a fin de que promocionen dicho evento a sus estudiantes.

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

La entidad adjudicataria también presentará una estrategia relacional con organizaciones del ámbito tecnológico, académico, científico, o vinculadas a los públicos y temáticas de Jump2Digital 2023. Esta propuesta incluirá, como mínimo:

- Estrategia de difusión conjunta
- Aparición en Newsletters externas a MWCcapital
- Publicación de contenidos promocionales de Jump2Digital en plataformas externas: (Webs, blogs, agendas...)

La ejecución propia de la estrategia planteada queda fuera de la presente licitación y será llevada a cabo por MWCcapital de acuerdo con las distintas relaciones ya abiertas con posibles agentes relevantes. El rol de la empresa adjudicataria se focaliza en diseñar la propuesta de la estrategia y apoyo puntual necesario en la ejecución.

6. Adaptación de la imagen gráfica

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

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

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

- Validar el correcto uso de la imagen gráfica en todos los materiales, tanto los creados por entidades, como instituciones y los propios. Esta validación se llevará a cabo con la supervisión del equipo MWCcapital.
- Velar del correcto uso de la imagen gráfica en los diferentes materiales que compartan las diferentes entidades partícipes del evento.
- Si es necesario, la entidad adjudicataria realizará reuniones individualizadas o por grupos con las entidades participantes para explicar y garantizar en buen uso de la imagen gráfica, así como la planificación de contenidos promocionales de estas.
- Proporcionar a las entidades participantes los materiales relacionados con la imagen gráfica en un formato que éstas puedan usar para adaptar a sus propios contenidos.
- Crear los materiales propios con la imagen gráfica usada correctamente y adaptado a cada canal por el que se difundan.
- Crear un toolkit para las entidades con los materiales gráficos y elementos de comunicación necesarios para difundir el evento. Este toolkit se realizará con antelación y bajo la supervisión del equipo MWCcapital, quien marcará los contenidos necesarios.

7. Mantenimiento de la web y sistema de registro

La entidad adjudicataria se encargará de realizar el mantenimiento de los contenidos de la web y sistema de registro de acuerdo con las indicaciones del equipo de MWCcapital

En concreto, la empresa adjudicataria se hará cargo al menos de las siguientes tareas:

- Entender el conjunto del evento y seleccionar el contenido más relevante a destacar
- Proponer la estructura del contenido en la landing principal en la que se recojan todas las actividades que se realicen, así como los ponentes que participen y la agenda del evento pudiendo utilizar para ello videos o imágenes de las anteriores ediciones.
- Proponer la estructura de registro idónea que dé respuesta a las necesidades previas para las actividades previstas.

En este punto hacemos especial mención a que el sistema de registro debe contemplar las diferentes variables necesarias para el correcto desarrollo de las actividades previstas. Por ejemplo, si el usuario/a participa en el Speed Dating, deberemos recoger el CV del participante y facilitar que seleccione las empresas con las que desea realizar una entrevista.

- Propuesta de módulos, colores, tipografía y otros elementos visuales que den un aire fresco y dinámico a la web en base a ejemplos que sirvan para tomar una decisión.
- Desarrollar la implementación de la propuesta finalmente acordada con el equipo de MWCcapital de acuerdo con los requisitos establecidos.
- Desarrollo de los materiales gráficos necesarios para la visualización de los diferentes módulos.
- Creación de todo el relato web y mensajes a comunicar en la web de Jump2Digital
- Actualización de toda la información que se desee comunicar de acuerdo con las actividades y ponentes previstos
- Apoyo en la propuesta de integración del sistema de registro con el sistema de envío de e-mail para enviar la confirmación de su registro y entrada al evento, así como envíos transaccionales que sean necesarios y envíos de recordatorio del evento.

La ejecución propia de la integración del sistema de registro queda fuera de la presente licitación y será llevada a cabo por MWCcapital. El rol de la empresa adjudicataria se focaliza en diseñar la propuesta de registro y apoyo puntual necesario en la ejecución.

- Realización de pruebas rigurosas respecto al correcto funcionamiento del sistema de registro y e-mails transaccionales.
- Monitorización y propuesta de mejoras durante el lanzamiento de la web a fin de mejorar la conversión de registros.

3. IDIOMA DEL SERVICIO

El idioma del servicio será en español o catalán.

4. MEDIOS PERSONALES Y MATERIALES

MWCapital designará a un responsable de contrato, a quien corresponderá la supervisión de la ejecución del contrato, la toma de decisiones y la aplicación de instrucciones necesarias para garantizar la adecuada ejecución del mismo.

La contratista deberá designar a un interlocutor con el responsable de MWCapital a efectos de coordinar el desarrollo de los trabajos y la gestión del contrato.

La empresa o profesional adjudicatario aportará los recursos humanos y materiales necesarios para la realización de las actividades previstas y se responsabilizará de la correcta realización de las mismas. Este personal dependerá exclusivamente de la contratista, debiendo este último cumplir las obligaciones vigentes en materia laboral de Seguridad Social, de prevención de riesgos laborales, así como tributarias del personal a su cargo. El incumplimiento de estas obligaciones por parte del adjudicatario no derivará en responsabilidad alguna para la Fundación.

La contratista queda obligada al cumplimiento de las disposiciones vigentes en materia fiscal, laboral y de Seguridad Social. El incumplimiento de estas obligaciones por parte de la contratista no derivará en responsabilidad alguna para la Fundación.

MWCapital en modo alguno ni bajo ningún título ostentará la condición de empleador respecto de los trabajadores contratados por cuenta propia o ajena por la contratista o el propio profesional adjudicatario, que presten directa o indirectamente servicios para la Fundación. A la extinción de los trabajos no podrá producirse en ningún caso la consolidación de las personas que hayan realizado los trabajos objeto del contrato como personal de la Fundación. El profesional adjudicatario o el personal de la empresa adjudicataria destinado para la realización del servicio deberá contar con acreditada experiencia, conocimientos y titulación suficientes en este tipo de eventos, garantizando un desarrollo óptimo del servicio solicitado. En su caso, la empresa deberá designar un responsable integrado en su plantilla a los efectos de actuar como interlocutor de la organización, distribución del trabajo, desempeño de las funciones e impartición de órdenes e instrucciones de trabajo, pudiendo ser la misma persona quien realice las funciones de responsable y técnico, en caso de ser el adjudicatario un profesional libre.

La prestación del servicio requiere ser realizada *in situ*, al menos un día por semana (en principio, los martes), en las instalaciones de la Fundación, con el fin de garantizar que el servicio se presta de una forma continua, permanente y personalizada en la sede de MWCcapital, sin perjuicio de la actividad que deba desarrollarse fuera de las mismas o en las instalaciones de la empresa adjudicataria. Este día se trabajará un mínimo de 6 horas en las dependencias de la Fundación, dentro de una franja temporal comprendida entre las 9 y las 18 horas.

La Fundación se reserva la posibilidad de modificar esta franja temporal de la prestación del servicio, previa comunicación escrita al adjudicatario con antelación suficiente.

En relación con el trabajo “on-site”, la contratista ocupará espacios diferenciados de los trabajadores de la Fundación, usará sus medios personales y deberá emplear un correo electrónico facilitado por MWCcapital, el cual es un subdominio del correo electrónico utilizado por el personal de la Fundación, en el que se indica su condición de personal externo (esto es: nombre@ext.mobileworldcapital.com) y su propio teléfono. La contratista será únicamente quien ejerza de modo efectivo, real y continuo, el poder inherente de dirección a todo empresario. Asumirá la negociación y pago de salarios, concesión de permisos, licencias y vacaciones, las sustituciones en caso de baja o ausencia, las obligaciones legales en materia de seguridad social, las obligaciones en materia de prevención de riesgos laborales, el ejercicio de la potestad disciplinaria, así como cuantos derechos y obligaciones se deriven de la relación contractual entre empleado y empleador.

La contratista es responsable de la disciplina de su personal, haciéndose solidaria de los daños y perjuicios que pueda ocasionar en la ejecución del presente contrato.

La contratista deberá comunicar previamente a la Fundación cualquier cambio en la composición del personal asignado al contrato.

5. CONFIDENCIALIDAD Y PROTECCIÓN DE DATOS DE CARÁCTER PERSONAL

La contratista se obliga a no difundir y guardar el más absoluto secreto de toda la información a la que tenga acceso en cumplimiento del presente contrato y en suministrarla sólo al personal autorizado por MWCcapital.

La contratista queda expresamente obligada a mantener absoluta confidencialidad y reserva sobre cualquier dato que pudiera conocer como consecuencia de la participación en la presente licitación, o, con ocasión del cumplimiento del contrato, especialmente los de carácter personal, que no podrán copiar o utilizar como finalidad diferente a las que la información tiene designada. Esta obligación subsistirá una vez finalizado el contrato.

La contratista será responsable de las violaciones del deber de secreto que se puedan producir por parte del personal a su cargo. Asimismo, se obliga a aplicar las medidas necesarias para garantizar la eficacia de los principios de mínimo privilegio y necesidad de conocer, por parte del personal participante en el desarrollo del contrato.

Una vez finalizado el presente contrato, la contratista se compromete a destruir con las garantías de seguridad suficientes o devolver toda la información facilitada por MWCcapital, así como cualquier otro producto obtenido como resultado del presente contrato.

Si durante la ejecución del contrato el adjudicatario realiza tratamiento de datos de carácter personal propiedad de la Fundación será de aplicación para ambas partes el Reglamento (UE) 2016/679 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 27 de abril de 2016, relativo a la protección de las personas físicas en lo que respecta al tratamiento de datos personales y a la libre circulación de estos datos, así como las disposiciones en materia de protección de datos que estén en vigor en el momento de la adjudicación del contrato o que puedan estarlo durante su vigencia. Si dicho contrato supone el acceso a datos de carácter personal de los que es responsable la Fundación, la entidad adjudicataria adquirirá la condición de encargada de tratamiento, y actuará a este respecto conforme a lo dispuesto en el correspondiente Contrato de Encargo de Tratamiento, que será formalizado entre ambas partes. El deber de confidencialidad sobre la información a la que la entidad adjudicataria tenga acceso durante la duración del contrato, por lo que respecta al cumplimiento de la normativa en materia de protección de datos personales, se extiende a toda persona que pudiera intervenir en cualquier fase del tratamiento por cuenta de la entidad adjudicataria y se mantendrá por tiempo indefinido.

Barcelona, a 28 de abril de 2023



Jordi Arrufí
Digital Talent Director de MWCcapital