



PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS RELATIVAS AL CONTRATO PARA LA PRESTACIÓN DE UN SERVICIO DE CONCEPTUALIZACIÓN DEL PLAN DE MEDIOS, CAPTACIÓN Y COMPRA DE ESPACIO PUBLICITARIO PARA EL EVENTO TALENT ARENA 2025

Exp. A/F202409/S

Índice

1.

PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS3

EXP. A/F202409/S.....3

1. CONTENIDO MÍNIMO ESENCIAL DE LA PRESTACIÓN OBJETO DEL CONTRATO3

2. IDIOMA DEL SERVICIO..... 15

3. MEDIOS PERSONALES Y MATERIALES 15

4. CONFIDENCIALIDAD Y PROTECCIÓN DE DATOS DE CARÁCTER PERSONAL..... 16

PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS

Exp. A/F202409/S

1. CONTENIDO MÍNIMO ESENCIAL DE LA PRESTACIÓN OBJETO DEL CONTRATO

El presente documento tiene por objeto definir la prestación de un servicio de agencia especializada que lleve a cabo la conceptualización, gestión del plan de medios y compra de espacio publicitario para el evento Talent Arena 2025 de Fundació Barcelona Mobile World Capital Foundation (en adelante, “**MWCapital**” o la “**Fundación**”, indistintamente). Este plan forma parte de una estrategia omnicanal global liderada por MWCapital para el evento Talent Arena 2025 que comprende el período desde su adjudicación hasta abril de 2025.

El plan de medios debe identificar aquellos canales de comunicación online y offline más idóneos para la consecución de los objetivos de la campaña de captación que son: incrementar la visibilidad del evento e impulsar el registro al mismo. La gestión de la planificación de campañas publicitarias podrá incluir, entre otros, la presencia en medios de comunicación generalistas (La Vanguardia, El País, El Periódico, El Mundo, etc.), y especializados en tecnología, gestión de recursos humanos, telecomunicaciones y otros medios o portales relevantes que garanticen una comunicación efectiva del evento hacia el público objetivo.

La estrategia de captación debe incluir tanto canales offline u online en prensa o radio a través de formatos como, por ejemplo, Brand Day, Branded Content, banners, cuñas publicitarias, etc. Por otro lado, en cuanto a los canales digitales, se considerarán plataformas como Meta, X, LinkedIn, y Google y cualquiera otra adecuada para el éxito de la campaña.

El objeto del contrato tiene el siguiente alcance:

1. Planificar, gestionar y optimizar el plan de medios y la campaña de captación en colaboración con MWCapital, así como el asesoramiento y la consultoría relativa a incrementar las inscripciones en el evento que puede incluir mejoras en los mensajes de comunicación, formatos de las piezas de comunicación, formulario de inscripción, generación de landing pages de campaña, entre otros. Este objetivo está asociado al “Servicio de planificación, gestión y optimización del plan de medios, que incluye el servicio de asesoramiento a MWCapital” definido en el informe de necesidad.

2. Producción, adaptación de materiales de comunicación y creación de piezas de comunicación asociadas al plan de medios correspondiente al servicio de “Producción, adaptación de materiales de comunicación y creación de piezas asociadas al plan de medios” detallado en el informe de necesidad.
3. Compra de medios de comunicación que corresponde al “Importe neto de inversión publicitaria en canal para Talent Arena 2025” detallado en el informe de necesidad.

Las líneas generales de actuación serán marcadas por la dirección de MWCcapital, a través del área de marketing y comunicación. Así, todos los servicios asociados a la presente licitación serán prestados bajo la supervisión y control de la persona designada por MWCcapital.

El contratista aportará criterio, experiencia y capacidad para liderar la estrategia de captación del evento Talent Arena. Del mismo modo, el contratista aportará al responsable de marketing y comunicación de MWCcapital apoyo, asesoría permanente y los servicios para la implementación de las acciones de captación definidas en el plan.

a. Aspectos clave sobre el plan de medios de Talent Arena 2025 para MWCcapital

El contratista deberá conceptualizar y ejecutar el plan de medios global de la edición 2025 de Talent Arena; evento que tendrá lugar del 3 al 5 de marzo de 2025 en Fira Montjuïc (Barcelona) abarcando la fase de awareness, consideración y conversión desde el período de lanzamiento de la convocatoria hasta el fin de ésta, coincidiendo con el cierre del evento (octubre 2024 – marzo 2025, aproximadamente).

Talent Arena, bajo el tagline “Where Talent meets at MWC”, es un evento de tres (3) días que posiciona a Barcelona como epicentro de referencia de talento digital a nivel internacional ofreciendo un punto de encuentro para profesionales, corporaciones, instituciones y centros de formación en un escenario único como es el MWC Barcelona. Los profesionales del sector tecnológico nacionales e internacionales podrán acceder a sesiones de contenido de primer nivel con ponentes de referencia hablando sobre las últimas tecnologías y participar en diferentes actividades como, competir en hackathones, hacer networking y probar experiencias tecnológicas, entre otras.

Los objetivos **generales** del plan de comunicación de Talent Arena 2025 son:

- Aumentar la notoriedad de Talent Arena como evento de referencia para el talento digital a nivel internacional.

- Captar profesionales digitales con un perfil senior (definidos más adelante en el pliego) como registrados al evento.
- Diversificar el perfil de los asistentes, asegurando la inclusión de profesionales de distintas áreas de especialidad TIC (desarrollo web, ciberseguridad, inteligencia artificial, big data, entre otros).
- Priorizar la captación en los profesionales del área metropolitana de Barcelona para maximizar la participación local, aunque se podrá dirigir una parte del presupuesto para acciones de captación específicas en Madrid y Valencia, con el fin de atraer profesionales de estas ciudades, aumentando, así, la diversidad geográfica de los asistentes.
- Comunicar el evento dando visibilidad a las entidades, ponentes y las actividades programadas de la agenda.

En este sentido, el contratista se centrará en la creación, gestión del plan de medios de Talent Arena 2025 y compra de espacio publicitario que deberá, en concreto, responder a lo siguiente:

1. Incrementar la visibilidad del evento en el área metropolitana de Barcelona, aunque se podrán realizar acciones para obtener visibilidad en otras ciudades como Madrid y Valencia. Período aproximado: desde la formalización del contrato hasta marzo de 2025.
2. Fomentar el registro a Talent Arena 2025 por parte de profesionales digitales captando a través del plan de medios un total de al menos 20.000 leads. Período aproximado: de noviembre de 2024 a febrero de 2025.

Para conseguir los objetivos del plan de comunicación MWCcapital liderará una estrategia 360° omnicanal para Talent Arena 2025 que comprenderá las siguientes **acciones:**

- E-mail Marketing: Activación de una estrategia de correo electrónico centrada en la fase de captación de registrados al evento y loyalty de los inscritos para garantizar su asistencia, a través de la plataforma de e-mail marketing y CRM, Hubspot. Estas comunicaciones se realizarán a una base de datos específica y segmentada (alrededor de 40.000 contactos) a través de una comunicación personalizada.
- Influencer Marketing: Colaboración con influencers relevantes del sector tecnológico y del talento digital (que podrán ser también ponentes del evento)

para amplificar el alcance del evento y generar mayor engagement entre el público objetivo.

- Social Media: Creación y gestión de contenido en redes sociales como Meta, LinkedIn, X, Tiktok y otras plataformas emergentes, con el objetivo de generar conversación y mantener un flujo constante de información y actualizaciones sobre el evento.
- Paid Media: Implementación de campañas publicitarias pagadas en plataformas digitales y medios tradicionales para aumentar la visibilidad del evento y dirigir tráfico a la página de registro.
- Web: Diseño y optimización de la página web del evento, asegurando una experiencia de usuario intuitiva y atractiva que facilite el registro y proporcione toda la información necesaria sobre el evento y su agenda.
- Registro: Creación de un sistema de registro que permita la identificación de los asistentes y el tracking de su actividad en el evento.
- Content Marketing: Creación de contenido relevante y de calidad a través de contenido estático y audiovisual que posicione el evento, resalte el valor añadido del mismo y potenciando las oportunidades que ofrece a los asistentes.
- SEO y SEM: Optimización de motores de búsqueda (SEO) para mejorar el posicionamiento orgánico del sitio web del evento y campañas de marketing en buscadores (SEM) para aumentar la visibilidad y atraer tráfico cualificado.
- Public Relations (PR): Desarrollo de una estrategia de relaciones públicas para asegurar cobertura mediática en medios relevantes, incluyendo comunicados de prensa, entrevistas con ponentes y artículos en medios especializados.
- Partnerships y colaboraciones: Establecimiento de alianzas con empresas, instituciones educativas y asociaciones del sector tecnológico para promover el evento a través de sus canales y redes.

El plan de medios deberá alinear la duración total de la campaña (5 meses aproximadamente) con una distribución presupuestaria aproximada del 25% para la fase de visibilidad y un 75% para conversión, teniendo en cuenta que el mayor porcentaje de registros se realizarán previsiblemente en los meses más cercanos al evento (de diciembre a febrero). El contratista deberá realizar y seguir una previsión presupuestaria mensual para cubrir estas necesidades.

Consideraciones para tener en cuenta en el desarrollo del plan de medios:

- Todos los costes derivados del plan de captación, incluyendo campañas de *paid*, estarán incluidos en precio de adjudicación.
- Teniendo en cuenta que el valor estimado del contrato es de CIENTO SETENTA MIL EUROS (170.000,00.-€) será requisito indispensable que la inversión mínima en canal sea de un total de CIENTO VEINTISÉIS MIL EUROS (126.000,00.-€), antes de IVA, que corresponde a un 74% del presupuesto total a distribuir de la manera más eficiente para la consecución de los objetivos del plan de medios.
- Hasta un 6% del valor estimado, que equivale a OCHO MIL QUINIENTOS EUROS (8.500,00.-€), se establece como retribución variable vinculado a la consecución de los objetivos de conversión para los canales vinculados a performance a través de la siguiente escala gradual:

OBJETIVO DE CONVERSIÓN	RETRIBUCIÓN VARIABLE (*)
De 12.001 a 16.000 leads	1.700,00€ (20%)
De 16.001 a 20.000 leads	2.550,00€ (30%)
Más de 20.001 leads	4.250,00€ (50%)
TOTAL: 8.500,00€	

*Del total de 8.500,00€ asociado al sistema de retribución variable vinculado a la consecución de objetivos de conversión del evento.

Este sistema de retribución variable premiará al contratista por la captación de registros una vez superado el objetivo mínimo de leads cuantificado en 12.000 leads que se solicita y que está vinculado al servicio transversal de planificación, gestión y optimización del plan de medios de Talent Arena 2025.

Asimismo, el contratista debe garantizar la calidad de los leads captados teniendo en cuenta la definición del público objetivo detallada más adelante en este documento.

Hay que destacar que la experiencia de MWCcapital indica que, del total de registrados al evento, el 50% asiste al mismo, evidenciando una caída de asistentes del 50% restante.

- El valor restante del contrato, que equivale al 21% de su valor estimado, incluye (a) el servicio de planificación, gestión y optimización del plan de medios, así como el servicio de asesoramiento a MWCcapital mediante la propuesta de acciones y mejoras que mejoren los indicadores de registro al evento; y (b) la

producción gráfica, adaptación de los materiales de comunicación orgánicos a los canales y soportes publicitarios escogidos en el plan de medios, y el desarrollo de copias asociados a las campañas publicitarias.

- El contratista contará con los canales de comunicación de Talent Arena de MWCcapital para la realización de la campaña de captación y deberá coordinarse en todo momento con el equipo de marketing de la Fundación para llevar a cabo todas las acciones propuestas.
 - o En este sentido, Talent Arena dispone de los siguientes canales online propios: Instagram, X, Tiktok, LinkedIn, Twitch y YouTube.
 - Tiktok: <https://www.tiktok.com/@talentarena.official>
 - X: <https://x.com/talentarenaofc>
 - Instagram: <https://www.instagram.com/talentarena.official>
 - LinkedIn: <https://www.linkedin.com/showcase/talent-arena-official/>
 - Twitch: <https://www.twitch.tv/talentarena>
 - Youtube: <https://www.youtube.com/watch?v=ZcdksoTWO-c&list=PLJo1m-nKPVN3ZC1MQenNltSRppISOFpFo>

Calendario de registro

A continuación, se detalla la planificación que MWCcapital ha realizado relativa a la inscripción del asistente en el evento:

07/10/24 - 5/3/25: Fase de registro y conversión al evento. Apertura oficial del registro a Talent Arena, el usuario completa el formulario en la web y recibe en su correo electrónico la entrada oficial al evento; se solicitará la información mínima en el formulario de la plataforma. En la estrategia de e-mail marketing se trabajará en la fase de *loyalty* del usuario para mantener el interés en el evento y reducir el porcentaje de no show al mismo.

El plan de medios, además de tener en cuenta los objetivos, debe contar, como mínimo, con los apartados detallados a continuación:

- a. Planificación, gestión y ejecución de las acciones del plan de captación, incluyendo calendarización en cada uno de los canales elegidos.
- b. El diseño de la estrategia y la planificación de las diferentes campañas deberá realizarse teniendo en cuenta los siguientes puntos:

- i. Análisis de la situación: identificación de tendencias y revisión de datos de la edición anterior para identificar áreas de mejora y oportunidades.
- ii. Definición de los objetivos y KPIS
- iii. Definición de los canales y formatos
- iv. Configuración y ejecución de las campañas
 - 1. Set-up campañas, adaptación de creatividades y/o generación de nuevas en función de las necesidades.
 - 2. Integraciones básicas y tracking de análisis como Google Analytics, pixels de Google, Meta u otros para medir el rendimiento de las campañas en cada canal.
 - 3. Definición del modelo de atribución de conversiones por canales para las campañas paid media para el seguimiento de cumplimiento de objetivos.
- v. Seguimiento, coordinación y análisis de resultados
 - 1. Monitorización continua de la campaña para ajustar y optimizar en tiempo real.
 - 2. Reuniones de seguimiento y coordinación de recursos bimensuales y/o semanales en función de las necesidades del proyecto.
 - 3. Análisis, diagnóstico y optimización: Traqueo de analíticas de la campaña de paid media para la extracción de datos constantes y que permitan identificar el origen de los leads captados para la identificación de la consecución de los objetivos de conversión.
 - 4. Informes periódicos de seguimiento con métricas clave y recomendaciones.
- vi. Informe de cierre con análisis detallado de los resultados obtenidos.
 - 1. Evaluación del retorno de la inversión (ROI) e identificación de aprendizajes para campañas de captación futuras.

a) Canales: identificación de los canales más relevantes para la campaña incluyendo:

- I. Presencia en medios de comunicación generalistas (La Vanguardia, El País, El Periódico, El Mundo, etc), y especializados en tecnología, gestión de recursos humanos, telecomunicaciones y otros medios o portales relevantes que garanticen una comunicación efectiva del evento hacia el público objetivo.
- II. Inserción de cuñas publicitarias u otros formatos en canales de radio de Cataluña.
- III. Campaña de paid media en los canales propios de Talent Arena que se consideren más afines para la consecución de objetivos: Meta, LinkedIn, X, Twitch, Youtube, Tiktok.
- IV. Acciones offline a través de impresión en gran y pequeño formato como, por ejemplo: cartelería, flyers, banderolas, publicidad exterior

(opis y mupis), autobuses, TMB u otros. El contratista deberá coordinar con las empresas terceras la impresión, distribución e implementación de los soportes elegidos.

- b) Presupuesto fijo en concepto de inversión: el adjudicatario deberá realizar una inversión por valor de 126.000,00.-€ a distribuir según convenga en los canales previstos y atendiendo a las características del contrato. El contratista se hará cargo del coste de la inversión económica. En todo caso, la propuesta de inversión, así como su distribución, deberá ser autorizada por MWCcapital.
- c) Calendario: la calendarización de las acciones en cada uno de los canales deberá estar detallada. El período de campaña comprende desde el 29/10/2024 hasta el 5/03/2025.
- d) Ubicación: la campaña deberá dirigirse en un 80% a la zona del área metropolitana de Barcelona y, el 20% restante, en la ciudad de Madrid y Valencia.
- e) Públicos: la campaña de captación de Talent Arena se dirigirá al siguiente público:
 - I. Talento: definidas como personas que tienen o pueden adquirir competencias de desarrollo de tecnología.
 - i. Senior (50%): talento con más de 3 años de experiencia que dispone de conocimientos para desarrollar nuevas tecnologías.

Algunas consideraciones a tener en cuenta:

1. Profesionales en activo como desarrolladores de software y aplicaciones, ingenieros en ciberseguridad, especialistas en inteligencia artificial y machine learning, expertos en big data y analítica de datos, profesionales en redes y telecomunicaciones, programadores web, etc.
2. Formación: graduados en disciplinas TIC o con certificaciones profesionales avanzadas derivado de su formación en universidades, bootcamps, centros de formación profesional u otras entidades educativas.
3. Objetivo de su asistencia: conectar con el ecosistema tecnológico, ampliar sus conocimientos y capacidades a través de la propuesta de valor del evento, identificar oportunidades de colaboración y mantenerse

actualizado con respecto a las tendencias del sector, entre otros.

4. Intereses: desarrollo de tecnología, liderazgo de proyectos tecnológicos e innovación, comunidades de programadores, etc.

- ii. Júnior (50%): talento de 0 a 2 años de experiencia que se encuentra en alguna de las etapas de creación de nuevo talento digital.

Algunas consideraciones a tener en cuenta:

1. Incluye estudiantes en las últimas etapas de su formación (Bachillerato, FP) con interés en las profesiones digitales, así como aquellos que ya han decidido formarse en este ámbito, pero aún no han iniciado sus estudios. También los que justo han finalizado sus estudios y están buscando una primera oportunidad laboral y aquellos que han empezado su carrera profesional, pero buscan una especialización.
2. Formación: estudiantes en activo y recién graduados en universidades, bootcamps, centros de formación profesional u otras entidades educativas.
3. Objetivo de su asistencia: mejorar sus conocimientos técnicos, orientar su trayectoria e identificar oportunidades profesionales, identificar áreas tecnológicas de interés, conectar con el ecosistema tecnológico, etc.
4. Intereses: desarrollo de aplicaciones web y mobile, inteligencia artificial, machine learning, big data, ciberseguridad, telecomunicaciones, redes, desarrollo de software, etc.

Público del Talent Arena

- I. Tipologías de profesionales que representan el público objetivo de Talent Arena 2025:

- iii. Web:

1. Fullstack developer
2. Frontend developer

- 3. Backend developer
- iv. App:
 - 1. iOS developer
 - 2. Android Developer
 - 3. Mobile Developer (hybrid apps)
- v. UX/UI:
 - 1. UX designer
 - 2. UI designer
 - 3. UX researcher
- vi. CRM&ERP:
 - 1. CRM consultant
 - 2. ERP consultant
 - 3. Systems Administration
- vii. Agile/Scrum:
 - 1. Scrum Master
 - 2. Agile Coach
 - 3. Product Owner
- viii. Cloud:
 - 1. Cloud Architect
 - 2. DevOps engineer
 - 3. Cloud Systems Administrator
- ix. Cybersecurity:
 - 1. Security Analyst
 - 2. Security Engineer
 - 3. Security Specialist
- x. Business Intelligence:
 - 1. BI Analyst
 - 2. BI Consultant
 - 3. BI Developer
- xi. Artificial Intelligence:
 - 1. AI Engineer
 - 2. AI Data Scientist
 - 3. Machine Learning Model Developer
- xii. Big Data:
 - 1. Big Data Analyst
 - 2. Data Scientist
 - 3. Data Engineer
- xiii. Semiconductor:
 - 1. Manufacturing Process Engineer
 - 2. Integrated Circuit Designer
 - 3. Semiconductor Materials Specialist
- xiv. Blockchain:

1. Blockchain Developer
2. Blockchain Architect
3. Cryptocurrency Analyst
- xv. Computer Vision:
 1. Computer Vision Engineer
 2. AI Vision Researcher
 3. Vision Algorithms Developer
- xvi. IoT:
 1. IoT Engineer
 2. IoT Solutions Architect
 3. IoT Security Specialist
- xvii. Quantum Computing:
 1. Quantum Computing Researcher
 2. Quantum Software Engineer
 3. Quantum Data Scientist
- xviii. Digital Marketing:
 1. SEO Specialist
 2. Content Manager
 3. Social Media Manager

II. Edad: de 18 a 40 años

III. Propuesta de arquitectura de anuncios y contenidos

- II. Diseño y estructura de los anuncios y contenidos que se activarán en la campaña, como puede ser, anuncios en formato carrusel, stories, posts promocionados, anuncios de texto y/o display en Google Ads, banners en medios de comunicación o native ads, entre otros.
- III. Adaptación gráfica de las piezas de comunicación, así como de los copies de comunicación de Talent Arena, conceptualizados por el contratista para la comunicación orgánica derivada y especificados en este pliego para cumplir con los requerimientos y especificaciones de los canales escogidos y a los objetivos del plan de medios.
- IV. Idioma: el lenguaje principal de la campaña será el inglés, representando un 70% de las comunicaciones y, el 30% restante, será en castellano.

Servicio de asesoramiento y consultoría

El servicio incluye un servicio de asesoramiento y consultoría a prestar por el contratista con un máximo de hasta 50 horas, destinado a incrementar las

inscripciones en el evento en relación con aspectos como los siguientes (no siendo una lista cerrada):

1. Identificar lead magnets que generen interés en el asistente y promuevan la inscripción de los profesionales digitales.
2. Proponer estrategias de pre-lanzamiento para incentivar las inscripciones en los primeros meses de la convocatoria.
3. Asesorar en la conceptualización de landing pages: si fuera necesario, MWCcapital se encargará de desarrollar landing pages a través de Hubspot para los diferentes públicos del Talent Arena con el objetivo de segmentar la comunicación y favorecer el registro.
4. Optimizar el formulario de registro identificando cómo mejorar la tasa de conversión.
5. Realizar A/B Testing en mensajes y creatividades para identificar los anuncios más efectivos en términos de conversión.

Estas acciones de asesoramiento y consultoría estarán orientadas a maximizar la tasa de inscripción al evento, proporcionando soluciones estratégicas y tácticas basadas en datos y mejores prácticas del sector. Este servicio estará orientado a asesorar principalmente en la fase de apertura inicial de registro esperado para el mes de octubre e identificar oportunidades de mejora en la segunda fase de captación esperada para enero - febrero,

El contratista trabajará estrechamente con el equipo de marketing de MWCcapital para implementar estas recomendaciones de manera efectiva y asegurar el éxito del evento Talent Arena 2025.

Adaptación de la imagen gráfica

La imagen gráfica vendrá determinada por MWCcapital y la labor del contratista será la de adaptar la imagen a los materiales gráficos tanto online como offline. Para ello, se proporcionarán los diseños originales de las piezas de comunicación para realizar correctamente la adaptación gráfica. Las piezas publicitarias serán validadas por el área de marketing y comunicación de MWCcapital, con el objetivo de garantizar la correcta aplicación de la identidad visual, mensajes y tono de comunicación del proyecto, así como maximizar las oportunidades de comunicación asociadas.

El contratista deberá crear los materiales propios con la imagen gráfica utilizada correctamente y adaptado a cada canal por el que se difundan, así como velar por el correcto uso de la imagen gráfica en los diferentes materiales que se utilicen en los canales escogidos en el plan de captación de Talent Arena, siendo ésta una obligación esencial del contrato.

2. IDIOMA DEL SERVICIO

El idioma del servicio será el español y/o catalán.

3. 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.

El contratista deberá designar a un interlocutor, que será la persona que estará en contacto con el responsable de MWCapital a efectos de coordinar el desarrollo de los trabajos y la gestión del contrato.

El contratista 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 del 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 contratista no derivará en responsabilidad alguna para la Fundación.

El contratista queda obligado al cumplimiento de las disposiciones vigentes en materia fiscal, laboral y de Seguridad Social. El incumplimiento de estas obligaciones por parte del 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 el contratista, que presten en el marco del contrato adjudicado. 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 laboral de la Fundación. El contratista destinado a la realización del servicio deberá contar con acreditada experiencia, conocimientos y titulación suficientes para la realización de este tipo de eventos, garantizando un desarrollo óptimo del servicio adjudicado. Como se ha indicado, el contratista designará 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 contratista un profesional que trabaja por cuenta propia.

4. CONFIDENCIALIDAD Y PROTECCIÓN DE DATOS DE CARÁCTER PERSONAL

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

El contratista queda expresamente obligado 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 en relación con la información sobre datos 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. En todo caso, será de aplicación, en aquella materia que sea susceptible, la normativa vigente en materia de protección de datos de carácter personal.

El 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, el contratista se compromete a destruir, con las garantías de seguridad suficientes o a 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 contratista realizara tratamiento de datos de carácter personal propiedad de la Fundación será de aplicación para ambas partes la normativa aplicable en la materia, especialmente la LO 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y garantías de los derechos digitales, así como, en aquello que resulte de aplicación, lo establecido en 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. Si dicho contrato supone el acceso a datos de carácter personal de los que es responsable la Fundación, el contratista adquirirá la condición de encargado 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 el contratista 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 del contratista y se mantendrá por tiempo indefinido.

Barcelona, a 19 de septiembre de 2024



Laia Corbella
Chief Communications and Corporate Affairs Officer
Fundació Barcelona Mobile World Capital Foundation