PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS PARA LA ADJUDICACIÓN DE LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO "CREATIVIDAD, CREACIÓN DEL RELATO, ESTRATEGIA DE PROYECCIÓN Y PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL PARA LA FINAL DE LA UEFA EUROPA LEAGUE 2025"

Exped. 24-12-EL-120-043-CPL_UELF25

ANTECEDENTES

La Liga Europa de la UEFA es una competición continental de clubes. Es una de las tres competiciones que organiza la Unión de Asociaciones Europeas de Fútbol (UEFA), junto con la Liga de Campeones y la Liga Conferencia. Está considerada la segunda más prestigiosa de Europa, tras la mencionada Liga de Campeones.

La edición 2024/25 de la UEFA Champions League tendrá un nuevo formato. El cambio fundamental de las reformas anunciadas por el Comité Ejecutivo de la UEFA es el abandono de la fase de grupos del formato actual. La actual temporada de la Champions League incluye a 32 participantes divididos en ocho grupos de cuatro. A partir de la temporada 2024/25, los 36 clubes participantes disputarán una fase liga de la Champions League (la antigua fase de grupos) para dar a cuatro equipos más la oportunidad de competir contra los mejores clubes de Europa. Estos 36 conjuntos participarán en una competición de liga única en la que todos competirán en una clasificación común.

Con el nuevo formato, los equipos jugarán ocho partidos en la nueva fase liga (antigua fase de grupos). Ya no jugarán dos veces contra tres rivales (en casa y fuera), sino que se enfrentarán a ocho equipos diferentes, jugando la mitad de ellos en casa y la otra mitad fuera. Para determinar los ocho rivales, los equipos se dividirán inicialmente en cuatro bombos. A continuación, cada equipo se enfrentará a dos rivales de cada uno de estos bombos, jugando un partido contra un equipo de cada bombo en casa y otro fuera. De este modo, los clubes tendrán la oportunidad de enfrentarse a un mayor número de rivales y aumenta las posibilidades de los aficionados de ver a los mejores equipos enfrentarse más a menudo en las primeras fases de la competición. También dará lugar a partidos más competitivos para todos los clubes.

La renovada Europa League arrancará el próximo 18 de junio con el sorteo de la primera previa, en un largo camino hasta conocer el 29 de agosto los 36 equipos clasificados. Hay 13 equipos confirmados, y faltan 23 por concretar, de los cuales 11 caerán de las previas de Champions (siete de la última, cuatro de la penúltima), y 12 llegarán desde las previas de Europa League, en las cuales también habrá equipos caídos de Champions.

Organizada por la UEFA, la Unión de Federaciones Europeas de Fútbol, con sede en Nyon, Suiza, es el ente de máximo nivel de este deporte en Europa y responsable de organizar los distintos campeonatos de naciones de Europa, promover y velar por el fútbol, así como controlar su reglamento.

La UEFA constituye el órgano directivo del fútbol europeo responsable ante sus miembros de la administración del fútbol de acuerdo con sus estatutos y regulaciones. La UEFA posee los derechos de la UEFA Europa League.

El miércoles 21 de mayo de 2025 Bilbao acogerá la final de la UEFA Europa League en San Mamés.

La organización de este evento mueve numerosas personas de UEFA, de la Real Federación Española de Fútbol, periodistas, equipos técnicos, árbitros, entrenadores, etc. que hacen posible el éxito de esta cita anual tan importante.

Este gran evento supone una oportunidad inigualable para impulsar la estrategia de internacionalización de Euskadi, Bizkaia y Bilbao, así como un escaparate como destino turístico.

El Gobierno Vasco, la Diputación Foral de Bizkaia y el Ayuntamiento de Bilbao llevan años apoyando los grandes eventos y el posicionamiento actual ha salido fortalecido todavía más después de haber organizado con éxito el Grand Départ Pays Basque del Tour de Francia en julio de 2022, o la final de la UEFA Women´s Champions League el pasado 25 de mayo, en colaboración con el resto de Instituciones Vascas.

En el proyecto de la final de la UEFA Europa League 2025 participan el Gobierno Vasco, la Diputación Foral de Bizkaia y el Ayuntamiento de Bilbao. Bilbao Ekintza EPEL, Entidad Pública Empresarial Local del Ayuntamiento de Bilbao, en adelante Bilbao Ekintza, es quien asume como entidad instrumental la relación contractual con UEFA y Real Federación Española de Fútbol, así como la contratación de todos los servicios y suministros necesarios para la correcta ejecución de los compromisos adquiridos y requerimientos de UEFA.

Marco de actuación

Para las Instituciones vascas, que sustentan este proyecto, estamos ante una magnífica oportunidad de transmitir, siempre en clave positiva y a través de un mensaje fundamentalmente emocional e inspiracional, que será una final única y especial, que acogeremos con mucho orgullo y en la que recibiremos a todas las personas con mucho respeto, teniendo como base nuestra manera de hacer y celebrar las cosas:

Sentimiento de país, de identidad y de orgullo:

- Entendemos que tiene que estar presente el sentimiento de orgullo de toda la ciudadanía de Bilbao, Bizkaia y Euskadi, por tener el privilegio de acoger, por primera vez, una Final de la UEFA Europa League.

- Queremos recalcar que todas las personas, de todas las edades, estamos orgullosas de recibir y acoger un evento deportivo de gran trascendencia. Tener presente el orgullo de que se celebre en nuestra tierra uno de los partidos de fútbol masculino más importantes de Europa.

- Estamos orgullosas y orgullosos de cómo hacemos, preparamos, trabajamos y organizamos eventos tan relevantes como éste.

Anfitriones por excelencia:

- En Bilbao, Bizkaia y Euskadi somos muy buenos anfitriones. Acogemos y recibimos a todas las personas, sin excepción, en un ambiente agradable, de hermanamiento, de celebración, de generosidad, de respeto y con pasión especial por el fútbol.

- Tenemos la seguridad de que todo el mundo será bien recibido.

- Se trata de una invitación a toda la ciudadanía de Bilbao, Bizkaia, Euskadi a que participe en este evento deportivo histórico en el que acogeremos a todo el mundo.

Diferentes, únicos y especiales acogiendo eventos:

- En Bilbao, Bizkaia y Euskadi tenemos una manera diferente y única de acoger y de celebrar. Una forma especial que nos diferencia del resto de lugares del mundo.

- Nos gusta pasarlo bien, acoger bien, celebrar bien. Nos gusta generar conexiones entre las personas y queremos que esta Final sin precedentes también refleje el sentimiento de hermanamiento entre todas las personas.

- Somos diferentes y únicos, tenemos un *basque style* propio: celebramos juntándonos, haciendo partícipe a todo el mundo, integrando, compartiendo, en cuadrilla, con amistades y familiares... Poner en valor nuestra manera de disfrutar y de celebrar.

Sentimiento de "cuadrilla":

- Nos gusta celebrar el deporte y concretamente el fútbol en grupo, con nuestras amistades, en cuadrilla, integrando a todas las personas en los grupos.

- Nos gusta celebrar "a lo grande", en cuadrillas, los acontecimientos históricos en ambiente festivo, como las finales de la Europa League.

Respeto – *Respect*:

- Establecer una relación entre el programa de responsabilidad social de la UEFA "Respect" y el valor y prioridad que desde las instituciones vascas se le da al respeto y a otros valores que también tienen que tener presencia en la campaña, apelando a las emociones:

La Carta de Valores de Bilbao, aprobada por el Pleno del Ayuntamiento de Bilbao el 22 de marzo de 2018, recoge, entre otros, los siguientes valores, individuales y colectivos: diversidad, compromiso, participación, convivencia, identidad, esfuerzo, corresponsabilidad, ilusión.

Se pretende que la campaña de comunicación y promoción local, sin tener en cuenta quiénes sean los dos equipos finalistas, contenga un mensaje que cale en toda la ciudadanía y que deje huella, más allá del fútbol. Se valora positivamente que la campaña pueda ser adaptada a posteriori dependiendo de quiénes sean los dos equipos finalistas. Sólo de esta forma conseguiremos que el evento sea bien recibido y que el público local se sienta partícipe de un evento sin precedentes.

Esta está siendo la 16ª temporada de la competición en su versión actual y la 54ª desde que se introdujo por primera vez la Copa de la UEFA. Las próximas finales de la Europa League, después de la de Bilbao, serán en:

- 2026: Beşiktaş Park, Estambul.
- 2027: Stadion Frankfurt, Fráncfort.

1. OBJETO DEL CONTRATO

Prestación del servicio de creatividad, creación del relato, estrategia de proyección y producción del audiovisual para la final de la UEFA EUROPA LEAGUE 2025, que se jugará en San Mamés el 21 de mayo de 2025.

2. PRESTACIONES OBJETO DEL CONTRATO

2.1. IDEAS CREATIVAS. LÍNEA VISUAL Y CREACIÓN DEL RELATO

Se trata de elaborar una campaña de comunicación y promoción local de la Final de la UEFA Europa League (UELF), en clave positiva y con mensaje emocional, dirigida, sobre todo, a la ciudadanía de Bilbao, Bizkaia y Euskadi.

2.1.1. OBJETIVOS COMUNICATIVOS DE LA CAMPAÑA

- Objetivos cuantitativos:
    - Llegar al mayor número de personas posibles de Bilbao, Bizkaia y Euskadi, de todas las edades. Alcanzar un público local amplio, para hacerles partícipes del evento deportivo.
    - La venta de entradas NO será objeto de la campaña. Sin vínculo al ticketing.

- Objetivos cualitativos:

    - Aportar visibilidad a nivel local a un evento deportivo único que se disputa por primera vez en Euskadi.

    - Conseguir una proyección internacional de la ciudad, del territorio y de Euskadi como lugar para la celebración de grandes eventos deportivos internacionales.

    - Destacar el ambiente especial, único, festivo, respetuoso, abierto y hospitalario con que se acogerá la Final en Bilbao, Bizkaia, Euskadi.

    - Hacer partícipe de la Final a toda la ciudadanía de Bilbao, Bizkaia y Euskadi, a pesar de que no consigan entradas para acceder dentro de San Mamés.

    - Enseñar con orgullo nuestra filosofía, nuestra forma única de hacer, de organizar y de acoger eventos deportivos de gran envergadura, poniendo en valor nuestras maneras de hacer.

La propuesta de creatividad no deberá incluir ningún logotipo nuevo, ya que se utilizará el creado ya por UEFA para la Europa League.

Teniendo en cuenta las ideas fuerza que apuntamos a continuación, la idea creativa que finalmente se desarrolle deberá contemplar todas las ideas del presente documento.

Deberá ser impactante, innovadora, original, propia, emocional, positiva y cercana, tanto a través de sus slogans (base y complementarios), copys, imágenes y recursos gráficos y/o sonoros planteados.

2.1.2. IDEAS FUERZA

La campaña de comunicación y promoción local de la Final de la UEFA Europa League 2025 tiene que representar los valores que hasta el momento ha proyectado y que pretende seguir proyectando la sociedad vasca cuando acoge eventos de este tipo.

Los siguientes conceptos son sólo ideas de los ejes de comunicación que debieran articular los mensajes creativos:

- *Orgullo*:

    Ser parte y acoger/recibir esta final entre nosotras/nosotros es un motivo de orgullo. Apelar a este sentimiento entre la sociedad vasca es un valor seguro. El orgullo de pertenencia y la vocación de mostrarlo al mundo es una seña de identidad de la ciudadanía vasca. Si logramos que este evento se viva como algo de lo que estar orgullosos conseguiremos otros objetivos. Los públicos objetivos deben ver activado dicho sentimiento para hacer de ellos prescriptores sociales del evento.

"Esto es lo que somos".

"Aquí hacemos las cosas así, de manera especial y diferente".

"Nos sentimos orgullosos de nuestra ciudad/territorio/país".

"Vamos a demostrar/enseñar al mundo lo que somos y cómo sabemos hacer las cosas".

"No será otra final más, sino que quedará en el recuerdo".

- *Fútbol*:

Esta idea fijará que nos encontramos ante el partido de fútbol masculino más importante de la temporada 2024/2025 a nivel europeo.

"El mejor fútbol del mundo".

"La mejor competición y la mejor final de Europa".

"La primera gran final de fútbol masculina en la historia de Bilbao, Bizkaia y Euskadi".

"Si te apasiona el futbol...".

"Las estrellas europeas del fútbol... en San Mamés".

- *Celebración*:

Este no es un evento deportivo más. Ambiente lúdico, sano, seguro, hospitalario, generoso, diverso y abierto. Fiesta inclusiva para todas las personas, de todas las edades, sean como sean y vengan de donde vengan.

"Diversión en cuadrilla, en familia...".

"Disfrutar con hermanamiento, generando sinergias, en grupo...".

"Celebrar la gran fiesta del fútbol europeo con respeto, con diversidad, con generosidad y con mucho orgullo".

"Entorno seguro y amigable entre las aficiones".

- *Oportunidad:*

  Un hecho histórico que se celebre por primera vez en Euskadi y que no te puedes perder.

  "No pierdas de vista nuestra manera de hacer las cosas... que dejará huella".

  "Algo único va a ocurrir... no sólo en San Mamés".

  "No pierdas la oportunidad de disfrutar...".

  "Participa y disfruta de este evento histórico...".

- *Identidad:*

  No puede perderse de vista que la sociedad vasca es sensible al respeto por su identidad propia, su idiosincrasia y su lengua. Por ello, los mensajes deberán tener en cuenta que el uso del euskera es, además de obligatorio, la mejor forma de transmitir el evento como propio, por lo que se valoran también guiños a expresiones locales coloquiales relacionadas con las temáticas mencionadas como seña de identidad, siguiendo la estela del *Ongi eTOURri.*

La campaña local deberá plantearse y diseñarse pensando en los dos (2) idiomas oficiales de Euskadi. Además, la campaña se deberá adaptar al inglés de cara a la difusión exterior.

La adjudicataria asumirá todas las adaptaciones necesarias a los diferentes formatos y soportes online y offline.

Se especificarán las creatividades pensadas para su proyección en los diferentes soportes y se incluirán las adaptaciones de las creatividades a los diferentes soportes que se vayan desarrollando, así como los diferentes materiales que puedan surgir.

2.2. PRODUCCIÓN

Las empresas licitadoras deberán presentar dos (2) propuestas:

- Una propuesta de pieza audiovisual a través de story o similar, y su desarrollo y producción.

- Una propuesta de Key Visual.

Personas influencers relacionadas con el futbol pueden ser incorporadas a la campaña. El exfutbolista Aritz Aduriz ha sido nombrado Embajador Oficial de la UEFA para esta Bilbao Final 2025. En la campaña de promoción de la Final de la UEFA Women's Champions League 2024 de ticketing promotion participó la futbolista Irene Paredes.

2.2.1. PIEZA AUDIOVISUAL

La adjudicataria deberá incluir el diseño-producción, grabación y postproducción de una pieza audiovisual con una duración de treinta (30) segundos, música y locución en dos (2) idiomas: euskera, castellano, y su adaptación en inglés.

Asimismo, deberán tenerse en cuenta las adaptaciones a formatos más cortos, formatos digitales, etc.

2.2.2. KEY VISUAL

A las propuestas audiovisuales ya mencionadas, las empresas licitadoras deberán incluir una propuesta de ideación de la creatividad (Key Visual).

Además, la adjudicataria deberá adaptar y producir las creatividades para soportes online, así como la producción de treinta (30) piezas en papel para marquesinas de autobús.

El lanzamiento de la campaña de promoción está prevista para mediados de marzo de 2025, por lo que la validación con UEFA debería estar lista para mediados de febrero de 2025.

2.2.3. ADAPTACIONES A MEDIOS PROPIOS Y EXTERNOS

La adjudicataria deberá adaptar su propuesta a medios priorizando los digitales:

- Canales propios:

  Canales propios de las instituciones vascas y otros agentes relacionados con el proyecto.

  La implicación de los stakeholders locales juega un papel fundamental para la difusión de la campaña de comunicación y promoción local. Trabajar con una red que incluya instituciones, federaciones de fútbol, clubes de fútbol (Athletic Club, Real Sociedad, Alavés, Eibar, Amorebieta...), asociaciones, centros educativos, universidades... es básico para alcanzar al mayor número de personas posible.

Recursos como páginas webs propias de las instituciones, clubes y federaciones, así como los perfiles de redes sociales, newsletters a personas federadas y centros educativos... son parte importante del panel de medios que consideramos propios.

- Canales externos:

  Por motivos de racionalización de la inversión económica, accesibilidad a públicos de proximidad y capacidad de segmentación, se apuesta por una campaña adecuada a los canales digitales/redes sociales, principalmente Instagram, Youtube, Tik-tok, Facebook y X.

2.3. MEJORAS Y OTRAS PROPUESTAS

Las empresas licitadoras podrán incluir cualquier mejora o propuesta relacionadas con el objeto de la contratación.

Todas las mejoras y propuestas añadidas deberán contemplarse dentro del presupuesto máximo de la licitación para poder ser valoradas.

2.4. RECURSOS HUMANOS Y TÉCNICOS

El equipo deberá contar con personas que tengan dominio de las dos (2) lenguas oficiales en Euskadi (euskera y castellano), con capacidad para crear la campaña de promoción dirigida al público local.

La documentación requerida o entregables deberán estar en euskera y castellano e inglés para la interlocución con UEFA. En caso de que los contenidos necesiten traducción en sus versiones de inglés estos gastos correrán a cargo de la adjudicataria. Todas las traducciones deberán ser realizadas por empresas con certificación profesional.

La adjudicataria deberá coordinarse con Bilbao Ekintza para garantizar un óptimo resultado y, a su vez, participar en todas las reuniones necesarias con la UEFA, la Real Federación Española de Fútbol u otras entidades relacionadas con el proyecto.

3. ORGANIZACIÓN DEL PROYECTO

Se establece la siguiente estructura de proyecto:

- Comité de Organización:

  Su responsabilidad será la de hacer seguimiento del proyecto y la interacción con órganos superiores, así como la aprobación formal en cada etapa de los trabajos que se vayan definiendo, a propuesta de la Coordinación del proyecto.

Este comité está compuesto por los agentes institucionales que colaboran en la organización del evento:

- Administración General de la CAPV.
- Diputación Foral de Bizkaia.
- Ayuntamiento de Bilbao.

- Coordinación del proyecto:

  La gestión del proyecto es llevada a cabo por Bilbao Ekintza, entidad dependiente del Ayuntamiento de Bilbao.

  Su responsabilidad será la de planificar y coordinar todas las obligaciones y tareas necesarias para el desarrollo del evento. Junto a la Coordinación participarán responsables y personal técnico asignados a tal fin en cada uno de los dominios.

  La figura de Coordinación del proyecto actuará como punto de contacto para los asuntos de las Finales relacionados con la Ciudad Anfitriona e informará a la UEFA y a la Asociación Anfitriona sobre la aplicación de todos los requerimientos.

- Real Federación Española de Fútbol (RFEF). Asociación Anfitriona

- UEFA. Propietaria de los derechos de la Final de la Europa League.

- Estadio San Mamés. Lugar donde se jugará la final.

- Equipo de Proyecto propuesto por la empresa adjudicataria

  De acuerdo con el objeto del contrato y en función de las actividades que se especifican, la empresa adjudicataria deberá presentar la relación nominal y currículo profesional del personal encargado de la ejecución del contrato.

  Las reuniones locales podrán ser indistintamente en euskera o castellano, por lo que el equipo de trabajo deberá tener capacidad para llevar a cabo sus tareas en ambos idiomas.

Se considera obligación contractual esencial la adscripción del Equipo de Proyecto con los perfiles,responsabilidades y experiencia adecuados, de forma que su incumplimiento por la adjudicataria será causa de resolución del contrato.

Bilbao Ekintza se reserva el derecho a exigir la sustitución del personal asignado al contrato en caso de no idoneidad, por inadecuación de su perfil profesional, por carecer de las habilidades necesarias para el correcto desempeño de sus funciones o por cualquier otra causa justificada, debiendo ponerlo en conocimiento de la entidad adjudicataria con la antelación suficiente parafacilitar la organización de sus recursos.

La sustitución por parte de la entidad adjudicataria de cualquier miembro del Equipo de Proyecto adscrito a la ejecución deberá ser autorizada expresamente por Bilbao Ekintza, debiendo acreditarse que los/as nuevos/as profesionales ostenten las condiciones, en cuanto a titulación, capacitación lingüística y experiencia, exigidas para la contratación.

La adjudicataria deberá desarrollar el servicio de forma regular y continua, quedando obligada a cubrir las bajas del personal que se adscriba para prestarlo y que se produzcan por accidente o enfermedad u otras causas durante la vigencia del contrato, no pudiendo en ningún caso interrumpir la prestación del mismo. La sustitución deberá hacerse por personal de similares características y capacitación.

La adjudicataria está obligada al cumplimiento de las disposiciones vigentes en materia fiscal, laboral y de seguridad social, así como las relativas a seguridad e higiene en el trabajo. Bilbao Ekintza se reserva expresamente el derecho de exigir cuanta documentación y justificantes estimen precisos para acreditar el cumplimiento por la empresa adjudicataria de las obligaciones anteriores.

El incumplimiento de estos requisitos podrá ser causa de resolución del contrato.

Los trabajos necesarios para la realización del presente servicio podrán exigir su realización en dependencias que en su caso designe Bilbao Ekintza. Las diversas reuniones presenciales a realizar se realizarán preferentemente en Bilbao. Los medios, equipos y desplazamientos necesarios del personal de la adjudicataria serán a cargo de la misma.

A estos fines, la empresa adjudicataria deberá mantener, durante toda la ejecución del contrato, una sede u oficina física en Euskadi, con capacidad suficiente para la celebración de reuniones presenciales siempre que así se requiera.

4. PLAN DE TRABAJO

Al inicio del proyecto se realizará una reunión de lanzamiento en la que se definirá el plan de trabajo, la identificación de actores, la planificación objetivo del proyecto, y el proceso de seguimiento hasta la finalización del mismo.

En esta reunión la adjudicataria presentará un organigrama funcional con nombres y apellidos, mail y teléfonos de contacto.

Las reuniones de seguimiento y coordinación incluirán la identificación de tareas y responsables, las fechas, objetivos y seguimiento de los mismos.

5. CONFIDENCIALIDAD Y PROTECCIÓN DE DATOS

La empresa adjudicataria estará obligada a mantener la más absoluta confidencialidad sobre toda aquella información a la que tenga acceso con motivo de este proyecto. A dicha información accederán exclusivamente las personas estrictamente imprescindibles para el desarrollo de las tareas inherentes al mismo. Todas ellas serán advertidas del carácter confidencial y reservado de la información a la que tendrán acceso.

Todos los ficheros, documentos y entregables que se generen en la ejecución de este proyecto son propiedad de Bilbao Ekintza, y estarán registrados y sometidos a la salvaguarda que establece la legislación vigente, en especial la relativa a la protección de datos personales.

En ningún caso ni circunstancia la empresa adjudicataria podrá suministrar a terceros ni utilizar para sí ni para otros la información de este proyecto con fines distintos a los contemplados en el objeto del presente contrato.

Adicionalmente, y como condición general, todos los servicios prestados deberán contar con las medidas de seguridad y de confidencialidad adecuadas al grado de sensibilidad de la información suministrada, de acuerdo en las leyes. Así mismo, se informa de la prohibición de utilizar y disponer de material gráfico vinculado al evento, como logos y emblemas.

6. PROPUESTA DE PROYECTO

Para optar a la adjudicación de este servicio se presentará un PROYECTO DE TRABAJO en el que se desarrollen, al menos, las cuestiones que a continuación se relacionan.

A fin de facilitar la presentación homogénea de las propuestas, así como la valoración de las mismas conforme a los criterios establecidos, el proyecto se deberá presentar siguiendo exactamente el siguiente índice:

6.1. CONTENIDO, METODOLOGÍA Y ALCANCE DE LOS TRABAJOS

Las empresas licitadoras deberán presentar una Memoria descriptiva del planteamiento del servicio que incluya la metodología y cronograma a seguir para la realización de sus funciones descritas anteriormente en este Pliego de Prescripciones Técnicas (Contenido del Servicio), detallando lo siguiente:

- Descripción de los trabajos y entregables:

    - Idea creativa:

        - Diseño y línea visual de la campaña.
        - Contextualización y creación del relato.
        - Claim.

    - Propuesta y producción de pieza Audiovisual.

    - Propuesta y producción de Key Visual.

    - Mejoras y otras propuestas añadidas.

- Plan de trabajo detallado que desarrolle el modelo de gestión, cronograma de trabajo propuesto y coordinación.

- Detalles organizativos y recursos movilizados.

6.2. EQUIPO DE TRABAJO

Deberá indicarse, para el número de personas del equipo de trabajo que se asignará al servicio, indicando:

- Perfil competencial de conocimientos.

- Distribución de tareas y tiempos de dedicación a lo largo de los meses de ejecución del contrato.

- Modelo organizativo.

- Relación nominal del equipo de trabajo propuesto y currículo profesional de acuerdo con lo indicado en el Pliego de Prescripciones Técnicas Particulares que detalle lo siguiente:

    - Nivel de formación acreditado para el desempeño de las funciones que se le encomienden mediante certificaciones oficiales de formación, así como cualquier otro documento que acredite su trayectoria profesional.

    - Conocimiento de idiomas.

    - Experiencia en la realización de tareas a desempeñar en el contrato.

Además de los recursos humanos, la adjudicataria deberá hacer una descripción detallada de los siguientes elementos:

- Los recursos materiales y técnicos a disposición del proyecto.

- Especificar la sede o centro de trabajo en Euskadi para facilitar la coordinación directa y la resolución de cualquier incidencia que pudiera surgir durante la duración del contrato.

7. EVALUACIÓN

Bilbao Ekintza convocará a la empresa adjudicataria a la evaluación del servicio a la finalización del mismo.

RESPONSABLE DEL ÁREA DE TURISMO

BILBAO EKINTZA, EPEL



Fdo. Mercedes Rodríguez Larrauri