

CONDICIONES TÉCNICA PARA LA CONTRATACIÓN DEL SERVICIO DE SOPORTE CREATIVO, GRÁFICO Y AUDIOVISUAL PARA LOS TRES EVENTOS PROPIOS DEL CONSORCI ZF INTERNACIONAL (EN ADELANTE, CZFI): EL SALÓN DE LA INNOVACIÓN LOGÍSTICA (SIL), EL BARCELONA NEW ECONOMY WEEK (BNEW) Y EL BARCELONA WOMEN ACCELERATION WEEK (BWAU).

Servicio de soporte creativo, gráfico y audiovisual para los eventos SIL, BNEW y BWAU

1. Objeto y ámbito del contrato

El presente pliego tiene por objeto definir las prescripciones técnicas del **servicio de soporte creativo, gráfico y audiovisual** para los tres eventos propios del Consorci ZF Internacional (CZFI):

- **SIL** — SALÓN DE LA INNOVACIÓN LOGÍSTICA
- **BNEW** — Barcelona New Economy Week
- **BWAU** — Barcelona Woman Acceleration Week

El servicio comprende la conceptualización estratégica y creativa de cada edición, la producción de todos los materiales gráficos, digitales y audiovisuales necesarios, y la cobertura audiovisual durante la celebración de los eventos.

El contrato tiene una duración de **un año**, con posibilidad de prórroga en los términos que establezca el pliego de condiciones particulares (PCAP). El presupuesto base de licitación es de **96.000 € (IVA excluido)**.

2. Descripción de los eventos

Evento	Descripción
SIL	SALÓN DE LA INNOVACIÓN LOGÍSTICA. Feria profesional de referencia en el sur de Europa en el sector logístico.
BNEW	BARCELONA NEW ECONOMY WEEK. Congreso internacional sobre economía digital, innovación y nuevos modelos de negocio.
BWAU	BARCELONA WOMAN ACCELERATION WEEK. Evento internacional centrado en el liderazgo femenino y la igualdad en el ámbito empresarial.

Cada evento tiene su propia identidad visual, claim y materiales de comunicación diferenciados, aunque todos comparten los valores institucionales del CZFI. El adjudicatario deberá gestionar los tres eventos de forma simultánea durante los ciclos de producción activos.

Todos los materiales se producirán en **tres idiomas: catalán, castellano e inglés**. La traducción y adaptación de los textos es responsabilidad del adjudicatario, salvo que el CZFI indique lo contrario en el briefing de cada entregable.

3. Alcance del servicio

3.1 Alcance general

El servicio incluye las siguientes líneas de trabajo:

- **Conceptualización estratégica y creativa:** desarrollo del concepto creativo, claim y propuesta de identidad visual de cada edición de cada evento.

- **Producción gráfica:** diseño y maquetación de todos los materiales impresos y digitales necesarios para la comunicación de los eventos.
- **Producción audiovisual:** producción de vídeos promocionales, teasers y aftermovies de cada evento.
- **Comunicación digital:** diseño de piezas para web, redes sociales y email marketing.
- **Señalética y materiales de evento:** diseño de señalética, materiales de sala y merchandising.
- **Trabajos a demanda:** atención a necesidades creativas no previstas en el contrato.

3.2 Proceso de trabajo

El proceso de trabajo tiene por objeto garantizar una visión integral de cada edición, combinando la planificación, la reflexión creativa, el desarrollo y el seguimiento continuo. Se trata de un modelo que permite dar respuesta a las necesidades previstas y, al mismo tiempo, identificar nuevas oportunidades a lo largo del proceso e integrar los aprendizajes obtenidos en cada evento en las ediciones posteriores.

1. Kick-off y planificación

Reunión de inicio con el equipo del CZFI para compartir los objetivos, las prioridades y las novedades de cada edición, revisar las necesidades previstas y definir el calendario de trabajo y los principales hitos del proyecto.

2. Sesión creativa

Sesión de trabajo creativo destinada a explorar conjuntamente nuevas ideas, puntos de contacto de marca, formatos y oportunidades creativas que aporten valor a la edición, refuercen su comunicación y la experiencia de los distintos públicos, y permitan evolucionar más allá de las piezas y acciones ya consolidadas.

3. Desarrollo y seguimiento

Desarrollo de las distintas piezas de comunicación, comercialización y producción, en coordinación permanente con el equipo del CZFI. Durante esta fase se realizarán reuniones periódicas de seguimiento para revisar las prioridades, coordinar las diferentes necesidades y dar respuesta a nuevas piezas, acciones u oportunidades que puedan surgir a lo largo del desarrollo de la edición.

4. Soporte durante el evento

Acompañamiento creativo y gráfico durante los días previos y durante la celebración del evento, con el fin de dar respuesta ágil a los ajustes, adaptaciones o nuevas necesidades que puedan surgir y garantizar la correcta ejecución de todas las acciones previstas.

5. Cierre y mejora

Sesión de evaluación posterior a cada evento para analizar el desarrollo de la edición, revisar el funcionamiento de las distintas aplicaciones e identificar aprendizajes y oportunidades de mejora. A partir de dicha evaluación, podrán plantearse nuevos formatos, puntos de contacto de marca y propuestas de evolución creativa con vistas a futuras ediciones.

1. COMUNICACIÓN

Concepto e imagen de la edición

- **Concepto y mensajes de la edición** (*exploración y propuesta del título y lema de cada edición, así como de los tres titulares principales que articularán la comunicación*).
- **Imagen de la nueva edición** (*desarrollo de la propuesta creativa y visual de cada nueva edición*).
- **Adaptaciones de las creatividades por formato** (*aplicación de la imagen a los distintos formatos y canales de comunicación*).
- **Guías de aplicación (Guidelines)** (*criterios gráficos y recursos visuales para garantizar una aplicación coherente de la imagen*).

Publicidad

- **Anuncios, displays y banners** (*diseño de las distintas piezas publicitarias de la campaña*).
- **Publicidad exterior** (*adaptación de la campaña a opis, marquesinas, mupis y otros formatos de publicidad exterior - OOH*).
- **Adaptaciones a los distintos formatos y medios** (*preparación de las creatividades según las especificaciones de cada soporte*).

Redes sociales

- **Save the Date** (*piezas para anunciar las fechas de la nueva edición*).
- **Presupuesto** (*piezas vinculadas a la apertura y comunicación del presupuesto*).
- **Registro** (*piezas para comunicar e impulsar la apertura del registro*).
- **Speakers** (*piezas para anunciar y presentar a los distintos ponentes*).
- **Empresas** (*piezas para comunicar las empresas participantes*).
- **Partners** (*piezas para presentar y dar visibilidad a los partners*).
- **Sponsors** (*piezas para presentar y dar visibilidad a los patrocinadores*).
- **Plantilla para programa y contenidos destacados** (*piezas para comunicar la agenda, sesiones, actividades y contenidos clave*).
- **Recordatorios y cuenta atrás** (*piezas para mantener activa la comunicación durante los días previos*).
- **Highlights, resultados y contenidos postevento** (*piezas para compartir momentos destacados, datos, resultados y agradecimientos*).
- **Otras plantillas editables para contenidos recurrentes** (*templates para que el equipo pueda generar nuevas piezas con autonomía*).

Newsletters

- **Imagen de newsletters** (*desarrollo de la línea gráfica aplicada a las comunicaciones por correo electrónico*).
- **Plantilla gráfica de newsletters** (*diseño de cabeceras y bloques reutilizables para adaptarse a diferentes contenidos*).

Web

- **Propuesta de look & feel de la web** (*definición de la aplicación de la imagen de cada edición al entorno digital*).
- **Landings de registro / presupuesto** (*diseño de las páginas específicas vinculadas a estas campañas*).
- **Otras landings de la edición** (*diseño de páginas específicas para programa, speakers, prensa, partners u otros contenidos*).
- **Recursos y adaptaciones gráficas para la web** (*banners, cabeceras, iconos y otros elementos visuales necesarios*).

Vídeo promocional de la edición

- **Concepto creativo y guion** (*propuesta del enfoque creativo y narrativo de la pieza*).
- **Dirección de arte** (*definición del planteamiento visual de la pieza*).
- **Selección de material audiovisual** (*selección de material proporcionado por el CZFI y/o procedente de bancos de imágenes y vídeo*).
- **Edición** (*montaje e integración de los recursos gráficos y audiovisuales necesarios a partir del material disponible*).
- **Selección musical** (*propuesta e integración de música de biblioteca, sujeta a disponibilidad y licencias*).
- **Cápsulas para redes sociales** (*adaptación del vídeo principal en una selección de piezas breves para redes sociales*).

Postevento

- **Report** (*diseño y maquetación de un documento final con recopilación fotográfica, principales datos y resumen de la edición*).

2. COMERCIAL

Materiales comerciales

- **Folleto de lanzamiento de campaña** (*diseño y maquetación de la pieza de presentación de la nueva edición*).
- **Dossier comercial** (*diseño y maquetación del documento de presentación del evento, modalidades de participación y oferta comercial*).
- **Dossier de patrocinio / partnership** (*pieza específica para presentar las modalidades, beneficios y oportunidades de visibilidad para sponsors y partners*).
- **Fichas comerciales de productos, modalidades de participación o espacios** (*piezas sintéticas para presentar y facilitar la comercialización de las diferentes opciones*).
- **Presentaciones comerciales** (*decks para reuniones, presentaciones y captación de empresas, partners o sponsors*).
- **One-pagers específicos** (*documentos breves adaptados a públicos, sectores o necesidades comerciales concretas*).

Plantillas corporativas y documentación

- **Plantilla PowerPoint** (*diseño de la plantilla corporativa de presentaciones de cada edición*).
- **Plantilla Word** (*diseño y configuración de la plantilla para documentos corporativos*).
- **Firma de correo electrónico** (*diseño y adaptación de la firma vinculada a cada evento*).
- **3 contratos** (*diseño y maquetación de los modelos contractuales definidos por el CZFI*).
- **Normativa** (*diseño y maquetación de la documentación normativa del evento*).
- **Otros documentos** (*diseño y maquetación de documentación complementaria necesaria para cada edición*).

Espacios

- **Plano** (*diseño gráfico y actualización del plano del evento, con las distintas zonas, espacios y contenidos necesarios*).
- **Adaptaciones del plano para usos específicos** (*versiones comerciales, informativas o sectorizadas según las necesidades de cada público*).

3. PRODUCCIÓN

Accesos y acreditación

- **Acreditaciones** (*diseño de los distintos tipos de acreditación según públicos, perfiles y niveles de acceso*).
- **Invitaciones** (*diseño de las invitaciones físicas o digitales vinculadas al evento*).

Branding del espacio

- **Photocall** (*diseño del espacio gráfico destinado a fotografía, prensa y contenidos para redes sociales*).
- **Banderolas** (*adaptación de la identidad de la edición a los distintos formatos y ubicaciones*).
- **Lonas** (*diseño y adaptación de gráficas de gran formato para interior y exterior*).
- **Vinilos** (*aplicación de la identidad en cristales, paredes, suelos y otras superficies*).
- **Roll-ups** (*diseño de piezas informativas, institucionales o promocionales*).
- **Branding de espacios específicos** (*aplicación de la identidad a zonas de networking, restauración, prensa, VIP, accesos u otros espacios singulares*).
- **Gráfica de stands y espacios institucionales** (*diseño y adaptación de la identidad a los espacios propios del CZFI o a instalaciones especiales*).

Señalética y wayfinding

- **Señalética** (*diseño de las piezas para identificar espacios, salas, servicios y accesos*).

Pantallas y contenidos digitales

- **Diseño de pantallas** (*creación y adaptación de contenidos para los distintos formatos de pantalla: bienvenida, agenda, speakers, sponsors, pausas o información de servicio*).

- **Grafismos animados para pantallas** (*transiciones, cortinillas, rótulos y otros recursos visuales animados cuando el formato lo requiera*).

Materiales impresos

- **Programas impresos** (*diseño y maquetación del programa del evento en los distintos formatos necesarios*).
- **Otros materiales informativos** (*a definir*).

Merchandising

- **Merchandising** (*diseño y adaptación de la identidad a las distintas piezas: lanyards, bolsas, libretas, textil, regalos institucionales u otros soportes*).

4. Presupuesto base de licitación y valor estimado del contrato

4.1 Presupuesto base de licitación:

Importe de licitación (sin IVA)	Tipo de IVA	Importe de IVA	Presupuesto base de licitación (Con IVA)
96.000,00 €	21 %	20.160,00 €	116.160,00 €
Presupuesto base de licitación en cifras:	116.160,00 €		
Presupuesto base de licitación en letras:	Ciento dieciséis mil ciento sesenta euros.		

4.2 Valor estimado:

Importe de Licitación (Sin IVA):	Importe de modificaciones previstas (Sin IVA):	Importe de la/s Prórroga/s (Sin IVA):	Valor estimado del contrato (Sin IVA)
96.000 €	19.200,00 €	384.000,00 €	499.200,00 €
Valor estimado total en cifras	499.200,00 €		
Valor estimado total en letra	Cuatrocientos noventa y nueve mil doscientos euros.		

5. Perfiles mínimos exigidos

El adjudicatario deberá adscribir al contrato, como mínimo, los siguientes perfiles:

Perfil	Titulación mínima	Experiencia mínima
Director/a creativo/a	Estudios en diseño y dirección de proyectos	10 años en dirección creativa de eventos o comunicación corporativa
Diseñador/a gráfico/a senior	Grado en diseño	5 años en diseño para eventos o comunicación institucional
Realizador/a audiovisual	Grado en fotografía	3 años en realización audiovisual para eventos

Cualquier sustitución de los perfiles adscritos deberá ser comunicada al CZFI con un mínimo de **10 días hábiles de antelación** y requerirá su aceptación expresa. El perfil sustituto deberá acreditar una experiencia y cualificación equivalentes.

6. Proceso de trabajo, plazos y validación

6.1 Fases de producción

Cada evento se gestiona mediante un ciclo de producción con las siguientes fases:

Fase	Contenido
Briefing y arranque	Reunión de inicio, presentación de ejes temáticos y acuerdo del calendario de producción
Conceptualización	Desarrollo del concepto creativo, claim e identidad visual de la edición
Producción	Producción de los entregables del catálogo según el calendario acordado
Revisión y validación	Revisión por el CZFI, comunicación de correcciones y entrega de versión definitiva
Cobertura del evento	Presencia del equipo audiovisual durante los días del evento
Postproducción y cierre	Entrega de aftermovie, galería fotográfica y actualización del repositorio

6.2 Revisiones incluidas

Cada entregable incluye un máximo de **dos rondas de revisión** sin coste adicional. No se considerará revisión adicional la corrección de errores imputables al adjudicatario.

6.3 Plazos de referencia

Supuesto	Plazo
Primera propuesta de concepto creativo desde el briefing	10 días hábiles
Entregables estándar desde la orden de trabajo	5 días hábiles
Entregables complejos (vídeos, manuales, dossiers)	10 días hábiles
Versión corregida tras ronda de revisión	3 días hábiles
Aftermovie tras el evento	15 días hábiles
Galería fotográfica organizada tras el evento	5 días hábiles

6.4 Seguimiento

Se celebrarán reuniones de seguimiento **quincenales** durante los ciclos de producción activos, en formato presencial o videoconferencia. El adjudicatario elaborará un acta de cada reunión en un plazo máximo de **2 días hábiles**.

7. Gestión de archivos y propiedad intelectual

7.1 Entrega de archivos editables

El adjudicatario entregará junto con cada entregable definitivo los **archivos fuente editables** en los formatos originales de edición (Adobe Illustrator, InDesign, Premiere, Figma o equivalentes), de modo que el CZFI pueda modificarlos o encargar su modificación a terceros sin restricción.

7.2 Repositorio de archivos

El adjudicatario mantendrá un repositorio centralizado, organizado y accesible para el CZFI durante toda la vigencia del contrato. Al finalizar el contrato, realizará una entrega final ordenada de la totalidad del repositorio en un plazo máximo de **15 días hábiles**.

7.3 Propiedad intelectual

Todos los derechos de explotación sobre los materiales producidos en el marco del contrato corresponderán en exclusiva al **CZFI** desde el momento de su entrega y validación definitiva, incluyendo los derechos de reproducción, distribución, comunicación pública y transformación en cualquier modalidad y soporte.

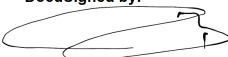
El adjudicatario garantiza que los materiales entregados son originales y no infringen derechos de terceros.

8. Uso de inteligencia artificial

El adjudicatario podrá utilizar herramientas de inteligencia artificial generativa como apoyo en el proceso creativo, con las siguientes condiciones:

- **Declaración de uso:** indicará en la ficha de cada entregable si se han utilizado herramientas de IA, especificando la herramienta y el uso concreto.
- **Supervisión humana:** todo material generado con apoyo de IA deberá ser revisado y adaptado por un profesional del equipo antes de su entrega. No se admitirán outputs directos de IA sin elaboración creativa humana añadida.
- **Datos del CZFI:** queda prohibido introducir en herramientas de IA externas información confidencial del CZFI, datos personales o materiales no publicados sin autorización expresa.
- **Calidad y marca:** el uso de IA no exime del cumplimiento de los estándares de calidad y los brand guidelines del CZFI.

Barcelona, a 23 de septiembre de 2026

DocuSigned by:

F82CEC6DB475463...