

PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS

CONTRATACIÓN DE SERVICIOS DE APOYO EN LA ORGANIZACIÓN, PROMOCIÓN, ORGANIZACIÓN DE JORNADAS, PROGRAMA DE COMPRADORES Y COMERCIALIZACION DE ESPACIOS Y PATROCINIOS, ADEMÁS DEL APOYO EN LA COMUNICACIÓN Y GESTION DE LA FERIA SOCIOCARE 2026 y 2028

EXPEDIENTE 25/182 - 2000026850

La feria SOCIOCARE, organizada por IFEMA MADRID, titular de su marca, celebrará su primera edición en junio de 2026, en IFEMA MADRID, con el objetivo de convertirse en un evento de referencia para el sector socio sanitario y concretamente sobre cuidados y bienestar social.

1. Objeto del Contrato

Este contrato aspira a formalizar la prestación de servicios con una entidad altamente especializada en el foco sectorial de la feria, que contribuirá en la concepción, promoción y celebración exitosa de SOCIOCARE.

El rol del contratista será fundamental en diversas facetas: desde el enriquecimiento del evento con una selección minuciosa de ponentes; así como la organización de dos jornadas congresuales de alto valor. A su vez, generará contenidos estratégicos para la comunicación, así como el ofrecimiento de asesoramiento experto que responda a las tendencias y necesidades del sector. Además, se espera que la entidad prestadora del servicio desempeñe un papel clave en la comercialización de los espacios de exposición y en la captación de patrocinios, fortaleciendo así las bases comerciales y estratégicas de la feria.

2. Alcance del Servicio

2.1 Gestión del Congreso

El adjudicatario deberá asesorar a IFEMA MADRID en el diseño de una Campaña de Comunicación y Promoción: asesorar como experto sectorial, en relación a estrategias y contenidos de comunicación eficaces que aumenten la visibilidad de la feria, atraigan a participantes clave y generen expectación en los mercados objetivo.

Deberá asesorar en la programación de Jornadas de interés para la feria o actividades de actualidad, diseñar e identificar temáticas, coordinar y organizar un Evento Congresual: asesorar a IFEMA MADRID sobre jornadas y actividades de interés para enriquecer la feria, y también organizar un evento tipo congresual con una duración de jornada completa de 2 días, planificándolo y ejecutándolo, gestión convocatoria de asistentes que incluya ponencias, talleres y mesas redondas con expertos del sector, abordando temas de vanguardia y relevancia para el sector sociosanitario.

Se deberá entregar un informe mensual con el desarrollo y actualizaciones del evento congresual.

El contratista se compromete a asesorar a IFEMA MADRID en la programación de jornadas y actividades relevantes para la feria. El congreso tendrá una duración de 2 días (en jornada completa) dentro del evento. Las fechas y horarios definitivos del congreso y del evento

serán informadas al adjudicatario en tiempo y forma. Este evento deberá ser planificado y ejecutado de acuerdo con un programa tentativo de jornada congresual que incluya alrededor de 20 ponentes y un estimado de 8 mesas redondas o presentaciones en total, cuyas propuestas iniciales deberán ajustarse al formato establecido en base a la programación de jornadas que se ha planteado para el evento.

Todas las funciones tienen que estar coordinadas, supervisadas y aprobadas por IFEMA MADRID.

También deberá presentar un esquema de planificación de trabajo y seguimiento, y elaboración de un programa de trabajo que describa claramente las fases de trabajo, los hitos principales y los mecanismos de seguimiento establecidos para garantizar la gestión efectiva y el cumplimiento de los objetivos del contrato. Este plan deberá incluir cronogramas precisos, asignación de recursos, estrategias de comunicación interna y externa, y metodologías de evaluación continua, permitiendo un control y ajuste proactivo del proyecto en todas sus etapas.

Adicionalmente, al término de la feria, se requerirá la elaboración de un informe de cierre que recoja los aprendizajes obtenidos, una valoración exhaustiva del evento y recomendaciones para futuras ediciones. Este documento deberá incluir análisis de resultados, feedback de participantes y expositores, evaluación de las campañas de comunicación y promoción, y un repaso a la efectividad de las jornadas congresuales. La finalidad de este dossier es proporcionar una herramienta valiosa para la mejora continua, identificando fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas (análisis DAFO), y estableciendo un marco sólido de conocimiento que contribuya al éxito de futuras ediciones. Este compendio de experiencias y recomendaciones será crucial para perfeccionar estrategias, optimizar recursos y enriquecer la experiencia global de todos los stakeholders involucrados en la feria.

Además, con la ayuda de IFEMA MADRID realizará un dossier comercial de cierre que se entregará a los patrocinadores al finalizar el evento.

Durante el periodo de contratación, el adjudicatario se debe comprometer a no organizar para cualquier otra entidad, empresa, asociación, institución o análogas, un evento del mismo formato y contenido similar al objeto de este contrato. Para ello, deberá asegurar las medidas de diligencia debida para con sus trabajadores, contratistas, subcontratistas y cualquier tercero relacionado con el adjudicatario, al objeto de evitar directa o indirectamente la concurrencia y/o competencia respecto del contenido de este contrato por cualesquiera de ellos.

2.2 Gestión de ponentes

El adjudicatario será responsable de seleccionar los keynotes (ponentes/participantes en el congreso) para aprobación de IFEMA MADRID para su posterior contratación y vinculación oficial.

El contratista deberá presentar una propuesta cerrada de ponentes al menos 3 meses antes de la celebración de la feria, la cual deberá ser validada por IFEMA MADRID antes de ser

considerada definitiva. Estos ponentes serán expertos del sector, seleccionados para abordar temas de vanguardia y relevancia teniendo en cuenta los siguientes ejes:

Visibilizar la importancia del sector sociosanitario

- Dar a conocer su papel clave en el bienestar social y cuidados.
- Reforzar el valor de los cuidados, la atención integral y la prevención.

Fomentar el encuentro profesional e institucional

- Reunir a administraciones públicas, empresas, entidades sociales y profesionales del sector.
- Crear un espacio para el intercambio de conocimiento, experiencias y buenas prácticas.

Impulsar la innovación y la digitalización

- Presentar soluciones tecnológicas aplicadas a la atención sociosanitaria.
- Promover el uso de TIC, inteligencia artificial, teleasistencia o sistemas de gestión integrados.

Potenciar oportunidades de negocio y colaboración

- Favorecer el networking entre empresas proveedoras, entidades del Tercer Sector y compradores públicos o privados.
- Explorar sinergias y modelos de colaboración público-privada.

Abordar los grandes retos sociales y demográficos

- Envejecimiento de la población, cronicidad, soledad no deseada, discapacidad, salud mental, etc.
- Promover soluciones centradas en la persona y basadas en derechos.
 - Startups – fomentar innovación y digitalización; así como atraer el emprendimiento a través de encuentros.

Se requerirá al contratista entregar un informe mensual detallando el desarrollo y las actualizaciones del evento congresual, incluyendo la confirmación de los ponentes y cualquier cambio relevante en la programación.

Adicionalmente, al finalizar el evento, se requiere la presentación de programa definitivo en el que figure el ponente y documentar la efectiva impartición de las ponencias.

2.3 Gestión del visitante al Congreso

El adjudicatario será el encargado del desarrollo de una estrategia integral para la captación de asistentes al congreso, dirigida tanto a perfiles profesionales del ámbito sociosanitario como a representantes institucionales y del tercer sector. Entre sus funciones se incluirá la identificación de públicos objetivo, la segmentación de audiencias, el diseño de campañas de difusión y convocatoria –mediante canales propios, colaboraciones con entidades del sector y acciones directas–, así como el seguimiento y análisis de los resultados obtenidos. Resolver consultas relacionadas con la asistencia y proponer acciones para favorecer la participación. El adjudicatario deberá coordinar estas tareas con la organización general de

la feria, asegurando la coherencia con la estrategia de comunicación y los objetivos globales del evento.

También será tarea del adjudicatario identificar y proporcionar contenidos de interés para que IFEMA MADRID pueda preparar las comunicaciones comerciales.

El registro de asistentes se coordinará desde la plataforma de IFEMA MADRID.

El adjudicatario comisionará por la totalidad de las entradas vendidas para el Congreso

2.4 Gestión de captación de Expositores y Patrocinadores

El adjudicatario deberá implementar estrategias efectivas para atraer a **expositores** tanto nacionales como internacionales, ofreciendo las diversas modalidades de participación que IFEMA MADRID tenga previstas en el dossier comercial.

Se realizará un entregable mensual del informe de comercialización con las actualizaciones correspondientes.

Búsqueda y captación de **patrocinios**. La contratación se realizará mediante contrato específico entre IFEMA MADRID y el patrocinador. El adjudicatario realizará una búsqueda entre las empresas expositoras, y no expositoras, pero que resulten de interés para el evento, con el fin de potenciar la visibilidad del mismo y captar aportaciones económicas. Los patrocinios tendrán que contar con la aprobación de IFEMA MADRID, no solo del nombre del posible patrocinador o colaborador, sino también de las contraprestaciones que ofrece a dichos patrocinadores o colaboradores. Además, deberá conocer la cifra marcada de objetivo en presupuesto.

IFEMA MADRID comunicará al adjudicatario los objetivos (venta de espacio y patrocinio) antes del inicio de cada ejercicio. Los objetivos acordados podrán revisarse en cualquier momento, debiendo estar ambas partes conformes con las modificaciones realizadas y comunicarlo por escrito. En caso de no ponerse de acuerdo, se mantendrán los objetivos establecidos al inicio del proyecto

El adjudicatario también será el encargado de la elaboración del Dossier para la Captación de Patrocinadores, especialmente del Evento Congresual: Trabajar en estrecha colaboración con IFEMA MADRID para desarrollar un dossier atractivo y persuasivo destinado a la captación de patrocinadores, poniendo especial énfasis en el evento congresual.

Un mes después a la finalización de la feria, se deberá entregar dossier de cierre con puntos de mejora incluidos.

Se deberá presentar el informe de cierre en el mes posterior a la celebración del evento.

El cobro de las comisiones devengadas por la captación de expositores y patrocinadores estará supeditada a la verificación de los mismos. El adjudicatario deberá incluir en el informe mensual los datos de las empresas captadas para su gestión. De existir discrepancias en la liquidación definitiva de comisiones, el adjudicatario deberá justificar

su intervención en la captación mediante emails, llamadas, etc. de tal forma que se considerará una captación efectiva.

3. Gestión integral de contenidos y ponentes

El adjudicatario será el encargado de la gestión de la agenda de actividades y las actividades a desarrollar durante la celebración del evento, así como de los ponentes, programa del evento y la coordinación técnica durante los días de celebración.

Los servicios abarcarán todos los aspectos de la gestión y captación de ponentes que intervendrán en las actividades de la feria.

Será por cuenta del adjudicatario el desarrollo de los programas y agendas, identificación y selección de figuras prominentes, expertos y profesionales para el desarrollo de las actividades, hasta la coordinación completa de su participación, incluyendo negociaciones contractuales, gestión de la logística de viaje y alojamiento si procede (el alojamiento será a cargo de IFEMA MADRID), y soporte técnico durante el evento.

IFEMA MADRID podrá destinar una partida económica específica para cubrir exclusivamente los honorarios de los ponentes, así como los gastos asociados a su desplazamiento y alojamiento. Esta partida tiene carácter estimado, por lo que el adjudicatario deberá ajustarse a sus límites a la hora de planificar y proponer intervenciones. En todo caso, será imprescindible contar con la aprobación previa y expresa de IFEMA MADRID respecto a los presupuestos individuales de cada ponente, antes de formalizar cualquier compromiso o contratación.,

Servicios generales a realizar:

Gestión integral de contenido: desarrollo de la temática del evento, los contenidos del mismo, elaboración del listado de posibles ponentes, ponentes definitivos elegidos por IFEMA MADRID, gestión de necesidades y preferencias, acompañamiento y hospitality.

Gestión integral de la operativa: gestión del congreso, planificación de la agenda, gestión medios técnicos, regiduría y dirección de la ejecución del congreso.

3.1 Servicios pre-evento

- Desarrollo de una propuesta de contenidos de cada congreso, incluyendo la identificación de temáticas relevantes, la estructuración de las sesiones, la elaboración del programa preliminar y la definición del enfoque estratégico del evento. A partir de los contenidos propuestos, el adjudicatario deberá diseñar un calendario detallado del congreso, incluyendo fechas, duración y secuencia de las distintas sesiones, mesas redondas, talleres u otras actividades. Una vez definido el programa, el adjudicatario propondrá y gestionará la selección de ponentes adecuados para cada intervención, asegurando su adecuación temática, relevancia profesional y disponibilidad.
- Confección del programa de jornadas, conexión entre distintos temas relacionados, y la elección de los títulos más adecuados para cada sesión.
 - Búsqueda y análisis de los temas de tendencia y relevancia en cada sector y subsector.

- Distribución de los temas en distintas ponencias, mesas redondas, actividades, etc.
- Captación de empresas, asociaciones, participantes y colectivos relacionados con el congreso/evento para la aportación de contenidos y actividades que permitan captar patrocinadores y aumentar el número y la calidad de los visitantes profesionales de la feria. El perfil de las empresas a involucrar será definido de forma consensuada con IFEMA MADRID, con el fin de alinearlos con los objetivos estratégicos del evento.
- Búsqueda y selección de los ponentes más influyentes, tanto nacionales como internacionales. La selección deberá adaptarse a las temáticas, itinerarios y objetivos del congreso y deberán contar siempre con la aprobación de IFEMA MADRID.
 - Los ponentes deberán aportar diferenciación y personalidad al evento.
 - Deberán reflejar un adecuado y representativo mix de género, geográfico y de contenido.
 - Deberán asesorar sobre el formato de participación más adecuado para cada ponente o según temática.
 - Adaptada al entorno híbrido: presencial, virtual, editorial de contenidos, potenciales entrevistas y asistencia a eventos especiales.
 - Entre las funciones de los ponentes estará la comunicación y realización de acciones en redes sociales orientadas a generar visibilidad, influencia social en los propios canales del evento o en sus perfiles propios generando contenido del tipo: vídeos, hashtags, menciones, etc.
- Control de gasto según presupuesto.
- Elaborar una hoja de ruta y calendario de acciones a realizar.
- Preparación, en coordinación con IFEMA MADRID, de los documentos necesarios para el pago de honorarios a los ponentes invitados.
- Pago de los honorarios acordados con cada ponente.
- Recepción y envío de las presentaciones al equipo técnico y previsión de las necesidades técnicas de cada ponente.
- Coordinación con el equipo de prensa de IFEMA MADRID para elaborar las notas de prensa con la información completa de las actividades del evento.
- La empresa adjudicataria garantizará que, en todo momento, se esté cumpliendo la legislación vigente en materia de protección de datos.

GESTION DE PONENTES Y PERFILES EXPERTOS PRE-EVENTO

- Comunicación personalizada en las distintas fases de organización del evento con la información relevante. Entre otros:
 - ✓ Bienvenida
 - ✓ Plazos de entrega de ponencias y títulos
 - ✓ Recopilación de ponencias, presentaciones títulos, CV y foto del ponente, así como gestión de la firma de las autorizaciones o cesiones para el uso de la propiedad

intelectual sobre lo anterior y los derechos de imagen de los ponentes, de acuerdo con los documentos que a tal efecto le traslade IFEMA MADRID.

- ✓ Verificación y adaptación en su caso de formatos de las ponencias compatible con medios audiovisuales que se instalarán en cada evento.
 - ✓ Envío de documentación relevante 1 semana antes del inicio del evento (acreditación, agenda del evento, documentación de viaje, resumen de la información particular de cada ponente, horario y lugar de la intervención, plano del evento)
 - ✓ Consulta de necesidades especiales (i.e. alergias alimentarias o cualquier otra petición extraordinaria).
 - ✓ Envío de las cartas de invitación, en los casos que se requiera.
 - ✓ Recopilación de las autorizaciones para intervención de ponentes y publicación de materiales en la web o medios del evento. IFEMA MADRID facilitará los documentos correspondientes relativas a la cesión de derechos de imagen y propiedad intelectual.
 - ✓ Envío de un resumen recordatorio de la participación del ponente: reconfirmando los detalles de traslado, alojamiento, ponencia, datos de contacto de la persona que le asistirá durante el evento, así como todos los detalles de su intervención durante el congreso.
 - ✓ En el caso de los moderadores: envío de dossier sobre su mesa (información sobre ponentes, resumen de las ponencias, ...)
-
- Coordinación de certificados de participación en el evento congreso para los solicitantes con la dirección del certamen que será quién los emita.
 - El adjudicatario tendrá acceso a la plataforma LIVE CONNECT de IFEMA MADRID para gestionar en tiempo real las agendas, actividades, ponencias, etc. Por otro lado, LIVE Connect permite actualizar la agenda y ponentes participantes en el Congreso siguiendo la estructura predefinida. La agenda mostrada en la web del Certamen se nutre de la información volcada en LIVE Connect. Para ello, el adjudicatario tendrá acceso como editor/administrador en la plataforma LIVE CONNECT.
 - Servicio de atención telefónica para los ponentes en inglés y castellano con suficiente antelación (3 meses previos) a la celebración del evento hasta un día después.
 - 20 días antes de la celebración del evento la información de los ponentes debe estar recabada y debidamente publicada en la plataforma/herramienta. El 100% del contenido relativo a los ponentes debe estar incluido en la plataforma, e IFEMA MADRID debe tener acceso a él en tiempo real.

OPERATIVA PRE-EVENTO:

- Presentación de informes con una periodicidad semanal de los avances realizados en la gestión de cada uno de los ponentes. Documento de seguimiento de ponentes permanentemente actualizado y accesible en tiempo real por IFEMA MADRID.
- Elaboración de ficha personal de cada uno de los ponentes con los detalles relevantes.
- Confección de las escaletas de los espacios y una perfecta coordinación de los ponentes y sus intervenciones, coordinándose con los técnicos de medios audiovisuales y solventando

las posibles eventualidades de último minuto, reportando siempre cualquier incidencia al personal de IFEMA MADRID para el éxito del directo.

- Coordinación de la cita con el ponente el día de su intervención.
- Coordinación del acceso de ponentes al Recinto de IFEMA MADRID y en concreto a las diferentes sesiones y actividades, así como a los espacios congresuales habilitados para este público.
- Fondos de pantalla, caratulas con nombre sesión y ponentes para cada una de las sesiones a mostrar en las pantallas del evento con su correspondiente adaptación a la tipología de la sesión (Keynote, presentación, mesa redonda, etc.).
- Diseñar una plantilla para unificar el estilo de las presentaciones que se mostrarán en el congreso.
- Coordinar con la empresa de audiovisuales la entrega y la visualización de los contenidos de los ponentes (presentaciones, videos u otros elementos aportados por el ponente o moderador) que habrán de ser recopiladas previamente al evento, las caratulas anteriormente señaladas, así como la agenda del día en cada uno de los espacios.
- Publicación de la agenda del congreso en plataforma digital con antelación definida por IFEMA MADRID, así como su actualización con la frecuencia requerida.
- Confección de un guion para la presentación del acto junto con IFEMA MADRID-

3.2 Durante el evento

GESTIÓN DE PONENTES

- Atención y acompañamiento a los ponentes desde su bienvenida hasta el momento de la despedida. El adjudicatario tendrá la información del estado de los ponentes, trasladando cualquier incidencia a la persona designada por IFEMA MADRID.
- Coordinación de certificado de participación durante el evento, cuando se requiera.
- Servicio de gestión de protocolo para la logística de ponentes en cualquiera espacio del evento.

OPERATIVA DEL EVENTO:

- Presencia de personal en la sala de atención a ponentes. Recogida de presentaciones o ponencias in situ y entrega al personal técnico correspondiente (en caso de que proceda).
- Deberá confeccionar las tejas con los nombres/cargos/entidades de cada ponente, así como coordinar el cambio de agua.
- Coordinación de las escaletas, puesta en escena en cada uno de los espacios, así como la regiduría de éstos, coordinándose con los técnicos de medios audiovisuales y solventando las posibles eventualidades de último minuto, reportando siempre cualquier incidencia al personal de IFEMA MADRID para el éxito del directo.
- Actualización y gestión de cada una de las pantallas informativas de cada sala donde se muestra la agenda del día en cada espacio.

- Coordinación de la actualización de caratulas y fondos de pantalla de las distintas sesiones y de las agendas publicadas si se produjesen cambios durante el evento.
- Participación en los ensayos generales de cada foro, auditorio, etc.
- Participación en la formación en materia de prevención de riesgos laborales y presentación del plan de autoprotección y emergencias.

3.3. Después del evento

- Aportación de informes, conclusiones y reflexiones de las ponencias.
- Envío de agradecimiento, fotos de la ponencia, materiales para compartir en RRSS y demás información de interés, sobre la participación de cada ponente y expertos para su difusión en redes sociales.
- Envío de encuestas/valoración de satisfacción a ponentes y expertos.
- Entrega de todos los materiales recopilados hasta el cierre del evento ordenados por ubicación y momento de intervención.

Esta documentación debe ser entregada con un plazo máximo de un mes desde la finalización del evento a la persona designada por IFEMA MADRID como contacto del evento.

4. Informes

A continuación se describen los informes a presentar en las distintas fases del proyecto:

- Programa de trabajo.

Deberá describir fases de trabajo, los hitos principales y los mecanismos de seguimiento establecidos para garantizar la gestión efectiva y el cumplimiento de los objetivos del contrato. Este plan deberá incluir cronogramas precisos, asignación de recursos, estrategias de comunicación interna y externa, y metodologías de evaluación continua, permitiendo un control y ajuste proactivo del proyecto en todas sus etapas.

El Programa deberá presentarse 1 mes después de la firma del contrato o 6 meses antes de la fecha del evento en el caso de las prórrogas.

- Informe del planteamiento estratégico de captación de expositores.

Informe que describa de manera estructurada las acciones, tácticas y recursos necesarios para atraer y asegurar la participación de empresas en el evento con el fin de evaluar la efectividad del proceso de captación. Deberá contemplar los siguientes puntos:

1. Contexto del evento y Objetivos generales
2. Análisis del Entorno y del Mercado
3. Perfil del Expositor y propuesta de Valor para el Expositor

4. Estrategia de Captación
5. Plan de Acción
6. Indicadores de Éxito (KPIs)
7. Conclusiones y Recomendaciones

El informe deberá presentarse 1 mes después de la firma del contrato o 6 meses antes de la fecha del evento en el caso de las prórrogas.

- **Dossier de planteamiento estratégico de captación de patrocinadores.**

Informe que defina la estrategia estructurada y coherente para la captación de patrocinadores, que permita identificar, atraer y fidelizar a empresas e instituciones interesadas en asociar su marca al evento.

- ✓ Análisis del mercado y del sector: identificación de oportunidades de patrocinio en función de las características del evento y de los perfiles de empresas potencialmente interesadas.
- ✓ Definición de la propuesta de valor: descripción clara de los beneficios y retornos que ofrece el patrocinio (visibilidad, posicionamiento de marca, vinculación con el público objetivo, etc.).
- ✓ Segmentación de patrocinadores: clasificación de potenciales patrocinadores por tipología (grandes marcas, pymes, asociaciones, instituciones) y por nivel de aportación.
- ✓ Diseño de paquetes de patrocinio: propuesta de categorías y modalidades de patrocinio, con su correspondiente descripción de derechos, contraprestaciones y precios de referencia.
- ✓ Estrategia de captación: acciones a desarrollar, cronograma previsto y recursos a emplear para la consecución de los objetivos.
- ✓ Indicadores de éxito: definición de métricas cualitativas y cuantitativas que permitan evaluar la eficacia del plan de captación.

- **Presentación de la definición del programa congresual.**

Elaborará un documento cuyo propósito es explicar de manera clara y estructurada los ejes temáticos que se abordarán en el programa congresual que se desarrollará durante el evento. Tendrá que describir el formato de las sesiones (presentaciones, sesiones de debate, etc) así como el planteamiento/distribución de actividades por franjas horarias siguiendo un orden lógico del contenido y siempre consensuado con IFEMA MADRID.

El Programa deberá presentarse 2 meses después de la firma del contrato o 4 meses antes de la fecha del evento en el caso de las prórrogas.

- **Informe mensual de desarrollo y actualización del evento congresual**

Documento de seguimiento y gestión que se elabora hacer seguimiento del estado de avance en la organización del congreso. Incluirá un resumen ejecutivo, destacará los hitos

más relevantes, organización logística, confirmación de ponentes, dificultades y riesgos identificados.

En definitiva, es una herramienta de seguimiento, control y comunicación interna que sirve tanto para que el organizador evalúe el progreso del evento.

El informe deberá ser enviado a IFEMA MADRID antes del día 5 de cada mes.

- **Informe mensual de comercialización**

Documento de seguimiento de la comercial en el que se describa de manera detallada el grado de desarrollo de la estrategia comercial definida para el proyecto.

El informe deberá recoger, al menos, los siguientes aspectos:

- **Evolución de la estrategia:** descripción de las acciones ejecutadas en el periodo y su relación con los objetivos marcados.
- **Hitos cumplidos:** detalle de los avances alcanzados, logros obtenidos y objetivos parciales superados.
- **Situación actual:** estado de las diferentes líneas de actuación y grado de cumplimiento del plan previsto.
- **Previsión y próximos pasos:** planificación de acciones a desarrollar en el siguiente periodo, incluyendo plazos estimados.
- **Valoración cualitativa:** análisis de oportunidades detectadas, posibles riesgos o dificultades y recomendaciones para su superación.
- **Lista de expositores captados**

El informe deberá ser enviado a IFEMA MADRID antes del día 5 de cada mes.

- **Informe de cierre.**

Dossier de cierre que recoja los aprendizajes obtenidos, una valoración exhaustiva del evento y recomendaciones para futuras ediciones. Este documento deberá incluir análisis de resultados, feedback de participantes y expositores, evaluación de las campañas de comunicación y promoción, y un repaso a la efectividad de las jornadas congresuales. Deberá incluir también análisis sobre los patrocinios obtenidos, análisis de la estrategia seguida y puntos de mejora.

La finalidad de este dossier es proporcionar una herramienta valiosa para la mejora continua, identificando fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas (análisis DAFO), y estableciendo un marco sólido de conocimiento que contribuya al éxito de futuras ediciones. Este compendio de experiencias y recomendaciones será crucial para perfeccionar estrategias, optimizar recursos y enriquecer la experiencia global de todos los stakeholders involucrados en la feria.

El adjudicatario dispondrá de 3 meses tras la celebración del evento para la presentación del informe.

- **Informe de cierre de comercialización**

Presentar un resumen de las acciones de comercialización que recoja el seguimiento y los resultados del proceso de comercialización, con el fin de evaluar su desempeño, documentar aprendizajes y dejar un registro formal.

Este informe nos sirve de instrumento de aprendizaje estratégico para mejorar la eficiencia de futuros procesos comerciales.

El adjudicatario dispondrá de 3 meses tras la celebración del evento para la presentación del informe.

5. Medios Humanos Necesarios

El adjudicatario deberá contar con un equipo de profesionales con experiencia acreditada en la contratación y coordinación de ponentes, así como la organización de eventos y convocatoria de asistentes en el sector sociosanitario. A tal efecto, deberá garantizar la disponibilidad de:

- **Coordinador de Proyecto:**

- ✓ Con titulación universitaria y 10 años de experiencia en el sector sociosanitario.
- ✓ Adicionalmente debe tener experiencia mínima de 5 años en la gestión de eventos y habiendo realizado servicios con mismo nivel de responsabilidad.
- ✓ Como responsable general de la coordinación del servicio deberá contar con conocimiento y experiencia suficiente en labores de esta naturaleza.
- ✓ Será el encargado de definir la estrategia de la feria conjuntamente con IFEMA MADRID.
- ✓ Será el interlocutor principal y supervisará las actuaciones derivadas del contrato.

- **Técnico/a en Comercialización:** Con titulación universitaria y al menos 2 años de experiencia en captación comercial.

En caso de que fueran necesarios perfiles adicionales para garantizar la correcta ejecución del servicio, su coste no podrá ser repercutido a IFEMA MADRID.

El adjudicatario deberá garantizar la estabilidad del equipo durante la ejecución del contrato, notificando cualquier cambio a la entidad contratante y asegurando la sustitución por perfiles de igual o superior cualificación. IFEMA MADRID se reserva el derecho de solicitar cambio de coordinador previa justificación.

5. Propiedad Intelectual

Todos los informes, soportes técnicos, datos y documentos elaborados por la adjudicataria con ocasión de la prestación de los servicios licitados, así como los documentos, presentaciones y otras obras que los ponentes puedan crear por el mismo motivo serán propiedad de IFEMA MADRID, conforme al artículo 308.1 de la Ley 9/2017, de Contratos del Sector Público. En adelante, todas las obras y prestaciones citadas anteriormente se denominarán conjuntamente «Trabajos».

En aplicación del citado precepto, IFEMA MADRID podrá autorizar el uso o explotación de los Trabajos a cualquiera otros entes, organismos y entidades pertenecientes al sector público. Además de ello, las Partes acuerdan que IFEMA MADRID podrá autorizar el uso o explotación de los Trabajos a terceros distintos de los expresados en el mencionado artículo. Se citan, a título meramente

enunciativo y no limitativo de tales actos traslativos de derechos, los siguientes: ceder, vender, arrendar, prestar, conceder licencias de uso parciales o totales, exclusivas o no, o permitir el uso de todo o parte de los Trabajos, pudiendo ser objeto de dichos negocios los derechos de explotación de reproducción, distribución, comunicación pública y transformación, así como, en su caso, los de reutilización y extracción en caso de bases de datos.

De acuerdo con lo expuesto y conforme a lo dispuesto en este pliego, la adjudicataria otorga una autorización a IFEMA MADRID que reúne las condiciones de exclusiva y gratuita y se extiende, al menos, a los derechos de reproducción, distribución, comunicación pública, incluida la puesta a disposición del público, y transformación (así como los de reutilización y extracción, en su caso) que podrán ejercitarse sobre la totalidad o parte de los Trabajos, incluso sobre porciones de los mismos, en todos los países del mundo y por el tiempo máximo permitido por la Ley e incluye su explotación en cualquier tipo de soporte.

Respecto de los derechos de explotación referidos a modalidades de utilización o medios de difusión inexistentes o desconocidos al tiempo del presente contrato, la adjudicataria concede a IFEMA MADRID un derecho de tanteo para la adquisición futura de los derechos en cuestión, que IFEMA MADRID deberá ejercer en el plazo de un mes desde su conocimiento. En caso de ejercer este derecho, la transmisión de derechos quedará regulada y tendrá el alcance de lo dispuesto en esta cláusula.

Asimismo, la adjudicataria autoriza a IFEMA MADRID para corregir los errores que estime necesarios, realizar copias de seguridad y llevar a cabo cuantas modificaciones estime necesarias sobre los Trabajos incluida la utilización de extractos o partes de los mismos para su reproducción, distribución y comunicación pública, de forma aislada e independiente o mediante su incorporación en otras obras.

La adjudicataria responde expresamente de la autoría y originalidad de los Trabajos y del ejercicio pacífico por parte de los derechos de propiedad intelectual de IFEMA MADRID. En este sentido, la adjudicataria garantiza que los Trabajos no vulneran ningún derecho de Propiedad Intelectual o industrial correspondiente a un tercero, siendo responsable exclusiva la propia adjudicataria de los daños que cause por este hecho.

La Adjudicataria reconoce que SOCIOCARE es una marca registrada a nivel la Unión Europea titularidad de IFEMA MADRID, con número de registro 6300001239 CEE y 6300001282 GB. IFEMA MADRID, como legítima titular de la Marca, quien autoriza de forma limitada a utilizar la misma exclusivamente con el fin de comercializar y/o promocionar la feria y participación en la misma. Esta utilización se limita al plazo de 12 meses previos a la celebración del evento hasta la finalización de este, debiendo la Adjudicataria cesar de manera inmediata en el uso a la finalización del evento.

La Adjudicataria o, en su caso, las empresas expositoras que capte podrán utilizar la Marca SOCIOCARE conforme a registro, no estando autorizado a llevar a cabo un uso para finalidades distintas de las descritas en el párrafo anterior o para identificar productos y/o servicios distintos de aquellos para los que fue registrada o infringiendo cualquier autorización o indicación expresa que al respecto le pudiera dar o transmitir IFEMA MADRID. La Adjudicataria se compromete a no utilizar la marca SOCIOCARE de una forma que pueda generar confusión, dañar la imagen y/o distintividad de la Marca SOCIOCARE y/o de IFEMA MADRID atendiendo y respetando siempre y en todo caso las indicaciones y los requerimientos que reciba de IFEMA MADRID. Igualmente, la

Adjudicataria debe garantizar que las empresas expositoras captadas conozcan el uso que pueden hacer de la Marca SOCIOCARE titularidad de IFEMA MADRID.

La Adjudicataria se compromete a no solicitar el registro de marcas, nombres comerciales, nombres de dominio o cualquier otro signo distintivo coincidente, similar o confundible con la marca SOCIOCARE y/o IFEMA MADRID.

La Adjudicataria responderá jurídicamente de cualquier uso indebido o no autorizado sin perjuicio de las acciones legales que, conforme a Derecho, IFEMA MADRID pueda emprender y ejercitar en defensa de sus derechos, no limitadas al resarcimiento de los daños y perjuicios causados.

La Adjudicataria garantiza que las Marcas de la Adjudicataria, así como las empresas que en ella participan no vulneran ningún derecho de Propiedad industrial correspondiente a un tercero, siendo la Adjudicataria la responsable exclusiva de los daños que cause por estos hechos.

Asimismo, la adjudicataria se compromete y garantiza que las empresas que participen asuman los compromisos de utilización de las marcas, respondiendo la Adjudicataria de los usos indebidos que por estas empresas se puedan llevar a cabo.

6. Cesión de los derechos de imagen

Dentro de las actividades a realizar por la Adjudicataria se incluye el desarrollo y ejecución de Eventos congresuales que implica, entre otros, la selección de ponentes y la producción de dichas ponencias para lo que el Adjudicatario deberá obtener la debida cesión de sus derechos de imagen en favor de IFEMA MADRID para poder cubrir y producir la ponencia que, en su caso, realice de acuerdo con la Ley Orgánica 1/1982, de 5 de mayo, de Protección Civil del Derecho al Honor, a la Intimidad y a la propia imagen, autorizando expresamente a IFEMA MADRID, a realizar la captación, fijación, publicación y difusión de la imagen personal del ponente, así como de su voz, nombre y apellidos en el contexto de su participación en dicho evento congresual, ya sea de manera individual o en grupo, para su utilización en los canales de información, difusión, comunicación y promoción (tales como página web corporativa de IFEMA MADRID, redes sociales, entre otros) de IFEMA MADRID, con finalidad comercial y promocional, siempre vinculado al evento en que participa el ponente en cuestión.

El Adjudicatario deberá informar al ponente de que IFEMA MADRID podrá utilizar las imágenes contenidas en la grabación o parte de las mismas por una duración indefinida, sin limitación geográfica quedando facultada IFEMA MADRID PARA utilizar los derechos personalísimos mencionados en cualquier parte del mundo. La referida cesión se efectúa a título gratuito, sin que el ponente deba recibir contraprestación económica alguna por las autorizaciones y cesiones referidas en esta cláusula.

Asimismo, el Adjudicatario deberá solicitar al ponente la cesión a favor de IFEMA MADRID de los derechos de Propiedad Intelectual (incluidos los de reproducción, distribución comunicación pública, incluyendo el de puesta a disposición, y transformación, este último exclusivamente para que IFEMA MADRID lleve a cabo labores de edición, subtítulo, traducción o creación de resúmenes sobre la grabación), así como el de extracción y reutilización en caso de derecho sui generis, que pudieran corresponderle en relación con su participación en el evento congresual, en la medida en que resulten necesarios para realizar la explotación de la grabación en la que el ponente aparezca en

los canales de información, difusión, comunicación y promoción de IFEMA MADRID, sea cual fuere la finalidad (incluida la comercial y promocional de IFEMA MADRID), siempre vinculado al Evento Congresual en que participa el ponente. Dicha cesión se realiza de manera gratuita, con facultad de cesión a terceros, sin limitación territorial alguna, por todo el tiempo de duración de los referidos derechos y para todas las modalidades de explotación necesarias para realizar las actuaciones referidas por parte de IFEMA MADRID.

El Adjudicatario deberá informar al ponente del tratamiento de sus datos personales que realice IFEMA MADRID, de conformidad con el RGPD y la LO 3/2018, quien actuará como responsable del tratamiento, incluyéndose el dato personal de su imagen, con la finalidad de gestionar su participación en el evento congresual y la cesión contractual de derechos de imagen a favor de IFEMA MADRID como responsable del tratamiento. Los datos se conservarán por IFEMA MADRID conforme a los plazos de prescripción legal que corresponda. En relación con las imágenes captadas y los soportes de grabación, se conservarán durante el tiempo que perdure la cesión de los derechos de imagen en la videoteca de actividades de IFEMA MADRID y en sus publicaciones.

7. Persona de contacto

Les recordamos que, para cualquier consulta o aclaración de carácter administrativo, técnico o económico sobre este expediente, deben proceder conforme a lo previsto en los apartados 5.- CONSULTAS y 6.- PRESENTACIÓN DE LAS PROPOSICIONES.

NOTIFICACIONES Y COMUNICACIONES- del cuadro de características-

Igualmente, les recordamos que, para aquellas cuestiones que puedan afectar a la operativa / funcionalidad del portal de licitación electrónica de IFEMA MADRID, existe un área de soporte y consulta a licitadores dentro de la web:

Preguntas frecuentes: <https://licitaciones2.ifema.es/html/preguntas-frecuentes> Manual de uso de la plataforma:

https://licitaciones2.ifema.es/resources/Guia_Licitadores.pdf

Soporte y contacto con plataforma: <https://pixelware.com/servicios-soporte-licitadores/>

El contacto telefónico con el encargado de la gestión del expediente perteneciente a la Dirección de Compras y Logística de IFEMA MADRID, que se cita a continuación, se limitará a cuestiones meramente informativas no vinculantes sobre el propio proceso de licitación:

Técnico de Compras – 91 722 57 23