

PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS PARA LA PUESTA EN MARCHA Y DESARROLLO DE LA III EDICIÓN DE LA LIGA INTERMUNICIPAL DE MINECRAFT EN LA COMUNIDAD DE MADRID

Contenido

1. INTRODUCCIÓN	2
2. OBJETO DEL CONTRATO	3
2.1 FASE 1	4
2.2 FASE 2	4
2.3 FASE 3	5
3. MEDIOS HUMANOS Y MATERIALES	6
3.1 MEDIOS HUMANOS	6
3.2 RELACIÓN LABORAL	8
4. PREMIOS Y RECONOCIMIENTOS	8
4.1 Premios a los tres primeros equipos clasificados	8
4.2 Reconocimientos a los equipos finalistas	9
4.3 Gestión y entrega	10
5. DIRECCIÓN, COORDINACIÓN Y SEGUIMIENTO DEL PROYECTO	11
5.1 DIRECCIÓN Y COORDINACIÓN	11
5.2 METODOLOGÍA PARA LA GESTIÓN DEL PROYECTO	11
5.4. CONCLUSIÓN DEL PROYECTO Y TRANSFERENCIA DE LA INFORMACIÓN	14
6. FACULTADES DE DIRECCIÓN E INSPECCIÓN	15
7. TRANSPARENCIA	15
8. SEGURIDAD, DISPONIBILIDAD Y PROTECCIÓN DE DATOS	17
9. OTRAS OBLIGACIONES DEL ADJUDICATARIO	18

1. INTRODUCCIÓN

La Dirección General de Estrategia Digital, perteneciente a la Consejería de Digitalización de la Comunidad de Madrid, en virtud de las competencias establecidas en el Decreto 261/2023, de 29 de noviembre, por el que se establece la estructura orgánica de la Consejería de Digitalización, tiene atribuidas de acuerdo con el artículo 6.1, las competencias:

- h. La promoción y apoyo al desarrollo de la sociedad digital para los ciudadanos.
- i. La elaboración y desarrollo tanto de planes estratégicos como de acción, para la consecución de los objetivos marcados en materia de sociedad digital.
- j. La coordinación y ejecución de las políticas de impulso de la sociedad de la información, contribuyendo a la reducción de la brecha digital.
- k. El diseño, coordinación, seguimiento y evaluación de programas de capacitación y certificación de competencias digitales como factor clave para el desarrollo socioeconómico y la empleabilidad, sin perjuicio de las competencias de otras consejerías.

La gamificación aplicada a entornos educativos se ha consolidado como una herramienta eficaz para la introducción temprana del pensamiento computacional, el desarrollo de competencias digitales y la adquisición de habilidades transversales tales como la creatividad, la resolución de problemas, el trabajo colaborativo y el uso responsable de la tecnología. El uso del videojuego Minecraft, en particular, ha demostrado ser un entorno idóneo para integrar estos aprendizajes de forma motivadora, inclusiva y alineada con los objetivos educativos.

Con el fin de impulsar estas capacidades desde edades tempranas y en combinación con contenidos curriculares y valores vinculados al patrimonio cultural y territorial de la Comunidad de Madrid, la Consejería de Digitalización puso en marcha la I edición de la Liga Intermunicipal de Minecraft, ya finalizada con resultados altamente satisfactorios, y la II edición, actualmente en desarrollo, que está progresando con muy buenos resultados tanto en términos de participación como de calidad de los proyectos presentados.

La experiencia acumulada en la I edición, junto con la evaluación continua de la II edición, ha puesto de manifiesto:

- Una alta participación de centros educativos y municipios.
- Una implicación significativa del profesorado, que ha integrado la actividad en sus programaciones educativas.
- Una excelente acogida por parte del alumnado y las familias, valorando positivamente el enfoque educativo, lúdico y colaborativo del proyecto.
- Un impacto positivo en la cohesión territorial, favoreciendo la colaboración intermunicipal y el conocimiento del patrimonio cultural, artístico y natural de la Comunidad de Madrid.

Asimismo, se ha constatado una demanda sostenida y creciente de participación por parte de centros educativos y municipios que no pudieron incorporarse en ediciones anteriores, así como el interés en dotar de mayor estabilidad y continuidad a un programa que ha demostrado su eficacia como instrumento de capacitación digital y dinamización educativa.

En este escenario, se considera necesario y oportuno impulsar la III edición de la Liga Intermunicipal de Minecraft, con el objetivo de consolidar y ampliar un programa ya probado, garantizando su sostenibilidad, su mejora continua y su alineación con las políticas públicas de impulso de la sociedad digital y reducción de la brecha digital.

2. OBJETO DEL CONTRATO

El contrato tiene por objeto la puesta en marcha y desarrollo de la III Competición Intermunicipal de Minecraft entre centros educativos contribuyendo al impulso de las competencias enumeradas anteriormente, así como a la difusión y promoción de la diversidad y riqueza cultural y paisajística de la región, a través del Patrimonio Histórico de sus municipios, mediante la creación virtual de lugares de la Comunidad de Madrid.

La competición se llevará a cabo a través de la herramienta Minecraft, lo que supone una gamificación de la capacitación digital y de capacidades clave como son la mejora del pensamiento computacional y de resolución de problemas, consiguiendo una gran implicación del sector más joven de la población y reduciendo el porcentaje de la población que carece de competencias digitales y básicas, contribuyendo a su vez a atajar los riesgos de exclusión que el acelerado ritmo hacia la digitalización conlleva para todas las personas.

La competición constará de tres fases:

1. Fase de iniciación: se procederá a la preparación de la competición y comunicación y difusión de esta, así como a la selección de los centros participantes.
2. Fase clasificatoria: en esta fase tendrán lugar dos retos:
 - a. Reto de construcción con puntos en el que cada colegio presentará una construcción, cuya temática versará sobre Patrimonios artísticos y culturales de los municipios de la Comunidad de Madrid, con la que sumarán puntos para la competición.
 - b. Reto de aprendizaje con puntos que consistirá en la realización de un mundo en Minecraft con retos y actividades curriculares.
3. Fase final: celebración del reto final semipresencial, ambientado en la diversidad y riqueza cultural de la Comunidad de Madrid con retos para conocer al colegio ganador de la liga. En esta fase tendrá lugar también la entrega de los premios a los primeros clasificados.

A lo largo del desarrollo de la competición deberán llevarse a cabo acciones de dinamización, tanto en la fase inicial, para dar a conocer el proyecto y facilitar la inscripción de los centros educativos y participación de los estudiantes, como durante el resto de fases para conseguir una mayor implicación de los participantes y despertar interés para el resto de la ciudadanía en este tipo de proyectos, consiguiendo de esta forma una mayor implicación en la transformación digital en la que estamos inmersos. **El adjudicatario deberá elaborar un plan de comunicación** con una estrategia y acciones de marketing para cumplir con este objetivo, pudiendo apoyarse en distintas herramientas como las redes sociales o página web entre otras.

Asimismo, deberá proporcionarse acompañamiento y asesoramiento al profesorado en la implementación y uso de la herramienta Minecraft durante el desarrollo de la competición.

2.1 FASE 1

Esta fase tendrá una duración de un mes y tendrá lugar del 1 al 31 de enero.

Durante esta fase inicial, el adjudicatario recibirá la marca de la competición creada y desarrollada en la primera edición de la Liga Intermunicipal de Minecraft y adaptada en el transcurso de la II edición, por parte de la Dirección General de Estrategia Digital. Esta marca incluye el logotipo, el diseño gráfico, las líneas de identidad visual, materiales audiovisuales previos y los elementos de comunicación empleados, con el objetivo de mantener la coherencia y continuidad visual, conceptual y comunicativa del proyecto.

El adjudicatario deberá adaptar y evolucionar esta marca para la tercera edición, incorporando los elementos nuevos que sean necesarios, pero siempre respetando la identidad y los valores ya consolidados del proyecto. Asimismo, deberá actualizar y generar nuevos materiales de difusión (audiovisuales, gráficos y digitales) alineados con dicha marca, y establecer una estructura de comunicación efectiva con los participantes, incluyendo canales online y offline.

En esta fase **el adjudicatario procederá a la selección de los centros educativos participantes**. De entre todos los centros educativos de la Comunidad de Madrid, se establecerá un mínimo de participación de 20 centros, lo que supone un total de 500 alumnos y un máximo de 100 centros, que supone como máximo un total de 2500 alumnos. La selección se realizará atendiendo a criterios de representatividad y equilibrio territorial, de modo que se garantice una distribución homogénea entre los distintos municipios de la Comunidad de Madrid.

Para la participación en la competición, los centros deberán contar con la infraestructura tecnológica mínima que permita el uso adecuado de la herramienta Minecraft. Cada centro educativo seleccionado podrá inscribir un grupo de estudiantes, que podrá estar representado por uno o varios docentes, y se le asignarán 25 licencias de Minecraft con una duración de 6 meses.

Los participantes deberán tener una edad comprendida entre los 8 y los 13 años (de tercero a sexto de primaria).

2.2 FASE 2

Esta fase tendrá una duración de 4 meses y tendrá lugar entre los meses de febrero y mayo.

En el mes de febrero **el adjudicatario otorgará un máximo de 25 licencias de Minecraft** a los centros educativos y **procederá a la formación del profesorado** en el uso de la herramienta en las aulas. Se pondrá a disposición de los docentes recursos y guías de implementación de la herramienta. Asimismo, el soporte y la resolución de dudas deberá mantenerse a lo largo de la competición.

En esta fase tendrán lugar los retos clasificatorios, que se valorarán concediéndose mayor o menor puntuación en función de la resolución de los desafíos de la competición que se describen a continuación:

RETO DE CONSTRUCCIÓN CON PUNTOS

Para este reto cada grupo presentará una construcción que verse sobre la temática "Patrimonios artísticos y culturales de los municipios de la Comunidad de Madrid" con la que sumará puntos.

Los participantes tendrán que seleccionar un patrimonio de su municipio y reconstruirlo en Minecraft. Los diferentes proyectos se valorarán y se les concederá una puntuación para el ranking final.

Este reto se celebrará durante los meses de febrero y abril.

RETO DE APRENDIZAJE CON PUNTOS

Este reto se celebrará durante el mes de mayo y consistirá en la realización de un mundo en Minecraft con retos y actividades curriculares que sumarán puntos para el ranking final.

El adjudicatario deberá diseñar los retos mencionados, así como ocuparse de la correcta marcha de estos.

Al final de esta fase se procederá a la gestión y elaboración de un ranking de los centros educativos. Los 10 colegios ganadores pasarán a la siguiente fase de la competición.

2.3 FASE 3

Esta fase tendrá lugar en el mes de junio. Tras la finalización de la fase clasificatoria y la selección de los 10 centros ganadores, el adjudicatario comunicará a los centros educativos las instrucciones necesarias para su participación en la fase final de la competición.

La fase final tendrá un formato semipresencial. Se organizará un evento presencial en un espacio físico habilitado para tal fin, al que asistirán representantes seleccionados de los 10 equipos ganadores (preferentemente una representación reducida del alumnado y profesorado por cada centro). Paralelamente, el resto de los integrantes de cada equipo participará de forma remota desde sus respectivos centros educativos, conectados en tiempo real al evento.

El evento contará con una dinámica participativa e integradora, garantizando la coordinación entre los participantes presenciales y remotos, y asegurando que todos los equipos puedan intervenir en igualdad de condiciones. Este acto incluirá:

- La realización del reto final, que consistirá en una scape room virtual ambientada en la diversidad y riqueza cultural de la Comunidad de Madrid, que los equipos deberán superar colaborativamente.
- Un sistema de puntuación basado en el tiempo y calidad de la resolución del reto, que determinará al colegio ganador de la competición.
- La entrega de premios a los tres primeros clasificados, así como un detalle o reconocimiento para todos los centros participantes.

El adjudicatario será responsable de poner a disposición todos los medios técnicos, materiales y humanos necesarios para el correcto desarrollo del evento final, tanto presencial como remoto. Esto incluye la reserva y adecuación del espacio físico, la infraestructura tecnológica necesaria para la conexión simultánea con los centros educativos, soporte técnico, dinamización del evento, producción audiovisual, difusión en redes sociales, y la gestión de los premios y diplomas.

Asimismo, el adjudicatario deberá hacerse cargo del traslado de los representantes seleccionados de los equipos finalistas desde sus respectivos centros educativos hasta el espacio físico donde se celebre el evento final, así como, en su caso, del regreso a origen. Este servicio deberá organizarse garantizando la seguridad, puntualidad y adecuación del transporte, coordinando los horarios y necesidades logísticas de los centros participantes, y cumpliendo en todo momento con la normativa vigente en materia de transporte de menores.

La emisión en remoto (por streaming) debe reunir las siguientes características mínimas:

- Calidad mínima de emisión: HD (720p) con audio claro y sin cortes.
- Comentarios en directo por parte de personal cualificado.
- Grabación y disponibilidad de las retransmisiones para su consulta posterior.
- Interacción con el público (chat moderado, encuestas en directo).
- Subtítulos o traducción simultánea si procede.
- Promoción previa y posterior del evento en redes sociales.

El evento final se planteará como una celebración de cierre del proyecto, poniendo en valor el trabajo realizado por todos los participantes y fomentando el sentimiento de comunidad en torno a la transformación digital y el uso educativo de herramientas tecnológicas.

3. MEDIOS HUMANOS Y MATERIALES

Las ofertas contemplarán la incorporación al proyecto de los recursos humanos, técnicos y materiales necesarios para cubrir los objetivos y actividades del presente contrato. Los recursos humanos provistos serán en las cantidades mínimas especificadas a continuación.

3.1 MEDIOS HUMANOS

Las personas adscritas a la ejecución del contrato deberán contar con capacidad técnica y pedagógica en el campo de las tecnologías digitales, de la informática y las comunicaciones.

Para la prestación de los servicios el adjudicatario deberá contar con el personal especificado a continuación, así como los perfiles profesionales que se especifican.

Se requiere que el equipo de trabajo mínimo esté compuesto durante todo el Contrato por personas con dedicación completa con los siguientes perfiles profesionales:

Perfiles del sector Tecnología

- **Project Manager:** A jornada completa y dedicación plena. Con un mínimo de 4 años de experiencia en dirección de proyectos específicos del sector objeto del contrato. Titulación universitaria de grado o equivalente idealmente con certificación PMI, y con poderes para adoptar las decisiones y soluciones que en el momento sean necesarias, quien también se responsabilizará de la distribución, control y seguimiento del trabajo del personal funcionalmente a su cargo, adscrito a la ejecución del contrato.

Será el interlocutor principal ante la Dirección General de Estrategia Digital en la ejecución del Contrato. Mantendrá al menos una reunión mensual con el responsable del Contrato de la Dirección General de Estrategia Digital de la Comunidad de Madrid.

Funciones:

- Coordinador del contrato: realizará todas las acciones de coordinación general del contrato, asegurando que se cumplan cada una de las acciones especificadas anteriormente.

- Asegurar la buena marcha del contrato y la consecución final de los objetivos de este.
 - Coordinar al resto de áreas y recursos de su empresa para el cumplimiento de los objetivos del contrato.
 - Resolver los problemas y conflictos que puedan surgir durante la ejecución del contrato.
- **Specialist support technician:** Un mínimo de 5 profesionales. Con experiencia en la herramienta y formación. Se encargarán de las necesidades técnicas de la competición, así como de formar y acompañar al profesorado en la implementación y uso de la herramienta a lo largo de toda la competición.

Perfiles del sector digital

- **Digital communications & Pr:** Se encargará de definir la estrategia de relaciones públicas de la competición, planteando cuál será el mensaje, los objetivos y los canales por los que ésta se llevará a cabo, y que deberá caracterizarse por el uso de nuevos medios (RRSS, foros, blogs, mailing, entre otros), uso de líderes de opinión (influencers), contenido de valor (Content Marketing), ser interactivo (generar feedback) y aumentar la interacción (engagement).
- **Project Product Manager:** será el responsable de la estrategia y el desarrollo de la competición.

Perfiles del sector Marketing

- **Brand Manager:** será el responsable de la estrategia de marca y adaptación de la marca de la competición.
- **Eventos:** será el responsable de organizar la final semipresencial.
- **Responsable de comunicación:** será el responsable junto con el Digital communications & Pr del plan de comunicación y estrategia de relaciones públicas de la competición, así como de la comunicación con los centros educativos.

Para la solicitud de títulos deberá considerarse lo recogido en el Real Decreto 889/2022, de 18 de octubre, por el que se establecen las condiciones y los procedimientos de homologación, de declaración de equivalencia y convalidación de enseñanzas universitarias de sistemas educativos extranjeros por el que se regula el procedimiento para establecer la correspondencia al nivel del Marco Español de Cualificaciones para la Educación Superior de los títulos universitarios oficiales pertenecientes a ordenaciones académicas anteriores. Con respecto a la especificación del Nivel MECES. Adicionalmente se deberá tener en cuenta en cuanto a la titulación el nivel "European Qualifications Framework (EQF)

Asimismo, deberá prever asignar el personal auxiliar necesario para el desarrollo del resto de tareas si estas no son asumidas por alguna de las personas que se ponen a disposición para la ejecución del contrato.

3.2 RELACIÓN LABORAL

El personal que aporte o utilice la empresa/persona adjudicataria dependerá única y exclusivamente de la misma, que asumirá la condición de empresario con todos los derechos y deberes respecto a dicho personal con arreglo a la legislación vigente o que se promulgue en lo sucesivo, sin que en ningún caso resulte responsable la Dirección General de Estrategia Digital de las obligaciones del contratista, como consecuencia directa o indirecta del cumplimiento, rescisión e interpretación del contrato.

Dicho personal está excluido de cualquier obligación laboral correspondiente al personal funcionario y laboral dependiente de la Comunidad de Madrid, estando sometido a la dirección laboral y las órdenes únicamente de la empresa/persona adjudicataria.

En ningún caso el personal trabajador que aporte o utilice la empresa/persona adjudicataria puede integrarse en la plantilla laboral de la Comunidad de Madrid durante el Contrato.

La empresa/persona adjudicataria estará obligada a respetar en la ejecución del presente contrato los acuerdos establecidos a través de los Convenios Colectivos correspondientes, así como las disposiciones vigentes o que se promulguen en esta materia, especialmente en lo relativo a la adecuación entre la categorías profesionales del personal que les resulten de aplicación en función de la tareas a desarrollar exigidas para el desempeño de los trabajos , y los salarios asignados a las mismas a través de los correspondientes Convenios Colectivos.

La empresa/persona adjudicataria deberá sustituir al personal durante sus ausencias por enfermedad, permisos, licencia u otras causas, sin que se pueda producir en ningún caso menoscabo en el desarrollo de la competición.

Todo esto aplica tanto al personal propio de la empresa/persona adjudicataria como al de posibles subcontrataciones, siendo la empresa/persona adjudicataria el responsable último frente a la Comunidad de Madrid.

La empresa/persona adjudicataria deberá facilitar a los responsables del contrato de la Dirección General de Estrategia Digital toda la documentación necesaria para verificar que la ejecución del contrato se está realizando conforme a las disposiciones previstas en los pliegos y en la oferta del contratista, incluyendo las especificaciones relativas al cumplimiento de las cualificaciones exigidas para el personal que compone el equipo de trabajo.

4. PREMIOS Y RECONOCIMIENTOS

Con el objetivo de reconocer el esfuerzo, la creatividad y el compromiso de los centros educativos participantes en la III Liga Intermunicipal de Minecraft de la Comunidad de Madrid, se establecen los siguientes premios y reconocimientos:

4.1 Premios a los tres primeros equipos clasificados

Se otorgarán premios a los tres primeros equipos clasificados en la fase final de la competición, tanto al alumnado como al centro educativo correspondiente. Estos premios tendrán carácter motivador y simbólico, y estarán orientados a fomentar el interés por la tecnología, la creatividad y el trabajo en equipo. La propuesta de premios deberá incluir:

Composición de los premios

Para el alumnado (25 lotes por equipo): Cada lote estará compuesto por materiales didácticos y de entretenimiento adecuados para niños de entre 8 y 13 años, incluyendo:

- Libros ilustrados y de lectura adaptados a la edad.
- Juegos educativos que fomenten el pensamiento lógico, la creatividad y el trabajo en equipo.
- Material escolar de calidad (estuches, cuadernos, lápices de colores, etc.).
- Elementos musicales o de expresión artística (por ejemplo, instrumentos sencillos, kits de manualidades).
- Otros productos que estimulen el desarrollo cognitivo, emocional y social.

Para el centro educativo (1 lote por equipo): Este lote mantendrá el enfoque educativo, pero con contenidos adaptados a su labor pedagógica, tales como:

- Libros especializados en innovación educativa o metodologías activas.
- Recursos didácticos para el aula.
- Material tecnológico o de oficina de calidad.
- Elementos de reconocimiento simbólico (placa, diploma, etc.).

Distribución de premios por clasificación

- Primer clasificado:
 - Entrega de los lotes completos (25 alumnos + 1 centro educativo).
 - Diploma acreditativo personalizado para cada miembro del equipo.
 - Trofeo institucional para el centro educativo.
- Segundo clasificado:
 - Entrega de los lotes completos (25 alumnos + 1 centro educativo).
 - Diploma acreditativo para cada miembro del equipo.
 - Placa conmemorativa para el centro educativo.
- Tercer clasificado:
 - Entrega de los lotes completos (25 alumnos + 1 centro educativo).
 - Diploma acreditativo para cada miembro del equipo.

Los premios deberán entregarse durante el evento final, en un acto público que ponga en valor el trabajo realizado por los equipos ganadores.

4.2 Reconocimientos a los equipos finalistas

Además de los premios a los tres primeros clasificados, se entregará un reconocimiento oficial a los siete equipos restantes que hayan llegado a la fase final de la competición. Estos reconocimientos incluirán:

- Diploma de finalista para cada alumno y docente participante.

- Detalle conmemorativo para el alumnado, consistente en un obsequio simbólico como una pulsera personalizada de la competición, un llavero temático de Minecraft o una libreta con diseño exclusivo del evento.
- Detalle institucional para el centro educativo, como una medalla o placa conmemorativa.
- Mención destacada en los canales de comunicación oficiales del proyecto (web, redes sociales, nota de prensa, etc.).

Estos reconocimientos tienen como finalidad reforzar el valor educativo y participativo de la competición, así como fomentar el sentimiento de pertenencia y orgullo entre los centros participantes.

4.3 Gestión y entrega

El adjudicatario será responsable de la adquisición, personalización, logística y entrega de los premios y reconocimientos.

A efectos de garantizar la adecuada correspondencia entre la entidad de la competición y los incentivos asociados a la misma, el adjudicatario deberá asegurar que los premios y reconocimientos presenten un nivel de calidad, cantidad y adecuación económica suficientemente representativo, conforme a estándares de mercado para iniciativas de naturaleza análoga. En particular, dichos premios deberán configurarse evitando soluciones meramente simbólicas o de escaso valor. Asimismo, el adjudicatario deberá justificar la idoneidad técnica y económica de los elementos incluidos en los lotes, acreditando su adecuación a criterios de durabilidad, valor pedagógico y capacidad de motivación, de modo que contribuyan de forma efectiva al reconocimiento del esfuerzo realizado por los equipos y al refuerzo del carácter competitivo, incentivador y de excelencia del proyecto.

Con carácter previo a su adquisición, la composición concreta de los lotes de los premios, tanto para el alumnado como para los centros educativos, deberá ser previamente presentada a la Dirección General de Estrategia Digital para su validación expresa, con el fin de verificar su adecuación a lo establecido en el presente pliego, en particular en lo relativo a la naturaleza educativa, formativa y motivadora de los elementos incluidos.

A estos efectos, el adjudicatario deberá remitir una propuesta detallada que incluya la descripción de los productos, cantidades, características, criterios de selección y justificación de su idoneidad. La Dirección General de Estrategia Digital podrá requerir modificaciones o ajustes en dicha propuesta cuando se considere necesario para su correcta alineación con los objetivos del contrato.

No podrá procederse a la adquisición ni contratación de los premios sin contar con el correspondiente visto bueno de la Dirección General de Estrategia Digital.

Asimismo, el adjudicatario deberá coordinar la entrega de los premios durante el evento final, garantizando su correcta visibilidad, adecuada organización y difusión pública, conforme a las directrices que establezca la Dirección General de Estrategia Digital.

5. DIRECCIÓN, COORDINACIÓN Y SEGUIMIENTO DEL PROYECTO

5.1 DIRECCIÓN Y COORDINACIÓN

La Dirección General de Estrategia Digital de la Comunidad de Madrid designará una persona Responsable del Contrato, que será la encargada de dirigir la ejecución del mismo, realizar el seguimiento de las incidencias producidas en su ejecución, y la destinataria de las comunicaciones entre la empresa/persona adjudicataria y la Dirección General de Estrategia Digital.

La empresa/persona adjudicataria designará una persona a tiempo completo y dedicación plena como Jefe/a del Proyecto (Project Manager), que lo representará, asumirá las labores de interlocutor con la persona Responsable del Contrato nombrada por la Dirección General de Estrategia Digital y deberá participar en las reuniones de seguimiento y supervisión, así como en cualesquiera otras a las que sea convocado por la Dirección General de Estrategia Digital.

5.2 METODOLOGÍA PARA LA GESTIÓN DEL PROYECTO

La empresa licitadora deberá presentar en su oferta una **metodología** detallada, estructurada y operativa para la ejecución, gestión y seguimiento del proyecto.

La metodología deberá permitir acreditar la capacidad del licitador para garantizar una ejecución eficaz, coordinada y alineada con los objetivos del contrato, e incluir, como mínimo, los siguientes elementos:

- **Actividades y planificación temporal.** Detalle de las fases de la competición indicadas en el punto 2 del presente pliego:
La propuesta deberá desglosar de manera pormenorizada todas las actividades a desarrollar en cada una de las fases del proyecto (iniciación, fase clasificatoria y fase final), identificando tareas concretas, secuencia de ejecución, interdependencias y duración estimada de cada una de ellas.
Asimismo, Se deberá incluir un cronograma detallado que recoja fases, tareas, hitos y entregables, incorporando asimismo:
 - La planificación de acciones de comunicación y difusión, incluyendo la previsión de disponibilidad de la propuesta de adaptación y evolución de la marca de la competición: logos, creatividades y materiales audiovisuales.
 - La planificación de la formación y acompañamiento al profesorado.
 - El desarrollo y puntuación de los retos y su calendarización.
 - La organización del evento final incluyendo todos sus componentes (logísticos, técnicos, comunicativos y de dinamización): producción audiovisual, host, dinamizadores, difusión RRSS, equipamiento e infraestructura, marketing, catering, premios, etc.
- **Plan de comunicación y dinamización** de la participación de los centros educativos:
La metodología deberá incorporar un plan de comunicación integral que desarrolle y concrete las acciones previstas en el pliego en materia de difusión, comunicación y dinamización del proyecto a lo largo de todas sus fases.

Dicho plan deberá definir de forma detallada:

- Los objetivos específicos de comunicación en cada fase del proyecto (captación, dinamización, seguimiento y cierre).
- Los canales a emplear (digitales, redes sociales, plataformas educativas u otros), así como su adecuación a los distintos públicos destinatarios (alumnado, profesorado, centros educativos y ciudadanía).
- El calendario de acciones de comunicación y difusión, incluyendo hitos relevantes de la competición.
- Los formatos y tipología de contenidos a generar (materiales informativos, contenidos audiovisuales, comunicaciones periódicas, etc.).

Asimismo, la propuesta deberá poner especial énfasis en la dinamización activa de la participación de todos los centros educativos seleccionados, incorporando mecanismos que aseguren que estos:

- Dispongan de información continua, clara y accesible durante todo el desarrollo del proyecto.
- Participen de forma activa en las distintas fases de la competición, evitando situaciones de desconexión o infrarepresentación.
- Se vean reflejados en las acciones de comunicación y difusión del proyecto, garantizando una visibilidad equilibrada y plural de los centros participantes.

A tal efecto, se deberán prever acciones específicas orientadas a:

- Fomentar la implicación sostenida del alumnado y del profesorado.
- Promover la interacción entre centros y el sentimiento de pertenencia a la competición.
- Dar visibilidad a los trabajos, avances y resultados parciales de los participantes a lo largo de la competición.

El plan de comunicación deberá estar plenamente integrado en la gestión global del proyecto, coordinado con el resto de actividades y alineado con los objetivos de impulso de la participación, difusión pública y valorización del proyecto.

- **Flujos de información** entre los actores implicados durante todas las fases del desarrollo del contrato:

Deberá definir de forma clara y estructurada el sistema de comunicación y circulación de la información entre todos los agentes implicados (Dirección General de Estrategia Digital, equipo del adjudicatario, centros educativos participantes, profesorado y otros colaboradores).

La propuesta deberá especificar canales, frecuencia, responsables de emisión y recepción de la información, así como los mecanismos para garantizar la trazabilidad, coherencia y actualización de la misma a lo largo de todo el proyecto.

- **Definición de objetivos, hitos y entregables** asociados a cada una de las actividades:

La metodología deberá identificar, para cada fase y actividad, los objetivos concretos a alcanzar, los hitos de control que permitan verificar su cumplimiento y los entregables asociados, describiendo su contenido, formato y momento de entrega.

Se valorará que exista una correspondencia clara entre objetivos, resultados esperados y evidencias de ejecución, de manera que se facilite la comprobación del grado de avance del proyecto.

Deberá incluir la propuesta de encuestas y/o cuestionarios que permitan conocer el grado de satisfacción del servicio recibido por los participantes.

- **Recursos humanos asociados** a la consecución de cada actividad:

Deberá detallar la asignación de recursos humanos a cada una de las actividades previstas, indicando perfiles profesionales, dedicación estimada y funciones específicas en el marco del proyecto.

La propuesta deberá mostrar coherencia entre la carga de trabajo prevista y los recursos asignados, así como una adecuada adecuación de los perfiles a las tareas a desempeñar.

- **Organización, responsabilidades y dedicaciones** del equipo:

La metodología deberá incorporar una descripción clara de la organización del equipo de trabajo, estableciendo roles, niveles de responsabilidad y relaciones jerárquicas o funcionales entre los distintos miembros.

Asimismo, deberá precisarse el grado de dedicación al proyecto de cada perfil, identificando en particular las funciones de coordinación, supervisión y control, así como la interlocución con la Dirección General de Estrategia Digital.

- Detalle de la **metodología para la gestión diaria** del proyecto: procedimientos a usar (informes en cuanto a contenido y frecuencia, reuniones, gestión de recursos y gestión de incidencias):

Deberá definir el sistema de gestión operativa del proyecto, incluyendo:

- El tipo, contenido y periodicidad de los informes de seguimiento.
- La planificación de reuniones (seguimiento, coordinación, validación), indicando su frecuencia, participantes y objetivos.
- Los procedimientos de asignación y seguimiento de tareas.
- Los mecanismos de detección, comunicación y resolución de incidencias y desviaciones respecto a la planificación inicial.

La metodología deberá garantizar un seguimiento continuo, estructurado y documentado del desarrollo del proyecto, permitiendo la adopción de medidas correctoras en caso necesario.

Todos los entregables correspondientes a los distintos trabajos realizados objeto del servicio requerirán la validación desde la Dirección General de Estrategia Digital. A través de la persona responsable del contrato se dará el visto bueno a los trabajos realizados según la metodología propuesta por la empresa/persona adjudicataria.

5.3. SEGUIMIENTO Y CONTROL DEL PROYECTO

El seguimiento y control del proyecto se efectuará sobre las siguientes bases:

- Corresponderá a la persona Responsable del Contrato de la Dirección General de Estrategia Digital la supervisión de las actividades y trabajos a realizar por la empresa/persona adjudicataria en cumplimiento del presente pliego.
- Tras las revisiones técnicas, la Dirección General de Estrategia Digital podrá rechazar en todo o en parte los trabajos realizados, de forma argumentada y motivada, en la medida que no respondan a lo acordado o no superen los niveles mínimos de calidad.
- Se efectuará un seguimiento continuo de la evolución de los servicios contratados con el objetivo de verificar el grado de cumplimiento de los objetivos y de valorar los resultados obtenidos, para lo que la empresa/persona adjudicataria presentará ante el responsable del contrato informes mensuales del seguimiento, que contendrán, al menos, la descripción cualitativa y cuantitativa de las actividades realizadas y de las incidencias planteadas y de su resolución. Los informes mensuales se presentarán dentro de los primeros 7 días del mes posterior.
- La empresa/persona adjudicataria realizará la evaluación de resultados de las actuaciones llevadas a cabo por la propia empresa, que permita obtener informaciones y analizar el cumplimiento y resultados en términos de su actividad, su eficacia y su eficiencia para obtener conclusiones y que permitan retroalimentar la gestión llevada a cabo, además de identificar, planificar y gestionar otras actuaciones que se estimen adecuadas para la mejora de resultados.
 - La persona Jefa del Proyecto designada por el adjudicatario deberá levantar actas de todas las reuniones, que serán validadas por el responsable del contrato de la Dirección General de Estrategia Digital.

5.4. CONCLUSIÓN DEL PROYECTO Y TRANSFERENCIA DE LA INFORMACIÓN

Sin perjuicio de las actuaciones que en este sentido se determinen durante la ejecución del proyecto, una vez finalizada la competición, la empresa/persona adjudicataria recopilará y transferirá a la Comunidad de Madrid toda la información en un formato estructurado y comprensible y realizará una evaluación de resultados que plasmará en un informe de evaluación que presentará ante el responsable del contrato.

6. FACULTADES DE DIRECCIÓN E INSPECCIÓN

La Dirección General de Estrategia Digital tendrá la facultad de dirección e inspección de los servicios realizados, a través del responsable del contrato.

La empresa/persona adjudicataria deberá conservar la documentación con las evidencias de la realización de las actividades indicadas en el presente contrato durante un plazo de 4 años a partir de la fecha de finalización del contrato.

7. TRANSPARENCIA

1. Todos los datos, soportes o documentos que se generen o se adquieran como consecuencia del desarrollo o ejecución del contrato constituyen información pública a disposición de la Comunidad de Madrid, siendo esta la titular de los mismos.

En consecuencia, la Dirección General de Estrategia Digital podrá requerir y disponer de los datos del contrato que considere procedente, bien para su divulgación a través del Portal de Transparencia y a través del Portal de Datos Abiertos, bien para atender a las solicitudes de acceso a información pública o bien para cualquier otra finalidad.

2. Quedan exceptuados de las obligaciones señaladas en la cláusula anterior la información o los datos que puedan resultar afectados por la confidencialidad de la oferta del contratista. A tales efectos, el contratista deberá haber indicado en su oferta qué documentación o información resulta afectada por dicha confidencialidad, sin que en ningún caso dicha confidencialidad pueda afectar a la totalidad de la oferta. En todo caso, corresponde al órgano de contratación ponderar y determinar qué información resulta afectada por dicha confidencialidad, debiendo el contratista alegar la misma cuando la Dirección General de Estrategia Digital le solicite la información.

Igualmente queda exceptuada de la obligación anterior la información o los datos que resulten afectados por los secretos comerciales, licencias, patentes y derechos de propiedad intelectual o industrial que correspondan al contratista o a terceros.

3. Publicidad activa.

De conformidad con lo dispuesto en los artículos 4 de la Ley 19/2013, de 9 de diciembre de Transparencia, Acceso a la Información Pública y Buen Gobierno y 3.2, 4 y disposición transitoria segunda de la Ley 10/2019, de Transparencia y de Participación de la Comunidad de Madrid, el contratista está obligado a suministrar al órgano de contratación, previo requerimiento y en un plazo de 10 días desde el acuse de recibo de la petición, toda la información que resulte necesaria para el cumplimiento de las obligaciones que en materia de transparencia establece dicha normativa y la que pueda dictarse en desarrollo de la misma.

Específicamente, deberá facilitarse toda la información que requiera el órgano de contratación a fin de cumplir las obligaciones de publicidad activa que le son impuestas en el artículo 22 de la Ley 10/2019 de Transparencia y de Participación de la Comunidad de Madrid, de 10 de abril.

4. Acceso a la información pública.

Además de lo anteriormente señalado, con objeto de dar respuesta a las solicitudes de acceso a información pública que se dirijan a la Dirección General de Estrategia Digital, el contratista estará obligado a facilitar los documentos o contenidos (y bases de datos), que hayan sido elaborados, adquiridos o conservados en el ejercicio de las funciones o actividades objeto del contrato, en el plazo más breve posible y en todo caso en el plazo que la Dirección General de Estrategia Digital le señale, a fin de que la misma pueda cumplir con los plazos máximos de resolución impuestos por la Ley 10/2019 de Transparencia y de Participación de la Comunidad de Madrid.

El contratista deberá alegar en un plazo de quince días desde que la información le sea requerida, los derechos o intereses legítimos de los que es titular y que podrían resultar afectados por la publicidad de la información solicitada. De la misma forma podrá manifestar la existencia de otros posibles límites.

La ponderación de los intereses y límites que puedan resultar afectados corresponderá al órgano de contratación en la forma dispuesta en la cláusula siguiente.

5. El órgano de contratación ponderará antes de publicar o suministrar la información la posible concurrencia de los límites señalados en el artículo 14 de la Ley 19/2013, de 9 de diciembre de Transparencia, Acceso a la Información Pública y Buen Gobierno.

En todo caso la información que se recabe y suministre en el desarrollo del contrato deberá respetar la protección de datos de carácter personal conforme a lo dispuesto en la Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales y el Reglamento (UE) 2016/679 del Parlamento Europeo y el Consejo, de 27 de abril de 2016, relativo a la protección de las personas físicas en lo que respecta al tratamiento de sus datos personales y a la libre circulación de estos datos y aplicar el artículo 15 de la Ley 19/2013 de 9 de diciembre de Transparencias, Acceso a la Información Pública y Buen Gobierno.

6. Toda la información que el contratista deba suministrar en virtud de las cláusulas anteriores para su publicación en el Portal de Transparencia y en el Portal de Datos Abiertos o para cualquier otra finalidad legítima, se facilitará por medios electrónicos, en formas o formatos que sean abiertos, legibles por máquina, accesibles, fáciles de localizar y reutilizables, conjuntamente con sus metadatos.

7. Toda la información, conjuntos de datos y bases de datos que se generen en el desarrollo del contrato, son de titularidad de la Comunidad de Madrid, constituyendo información del sector público autonómico. En consecuencia, la propiedad de dicha información corresponde exclusivamente a la Comunidad de Madrid tanto en la ejecución o desarrollo del contrato como a su finalización.

Tanto el formato como los metadatos cumplirán, siempre que sea posible, normas formales abiertas y deberán cumplir en todo caso la normativa nacional y comunitaria que resulte de aplicación.

A tal efecto el contratista deberá elaborar y facilitar la información con arreglo al principio de “documentos abiertos y desde el diseño y por defecto”.

Si el conjunto de datos constituye conjuntos de datos de alto valor de acuerdo con la Directiva 2019/1024 (UE) de 20 de junio de 2019, relativa a los datos abiertos y la reutilización de la información del sector público, debe ponerlos a disposición de la Administración en un formato legible por máquina, a través de las interfaces de programación (API) adecuadas debiendo cumplirse además con los requerimientos que para los mismos pueda determinar la normativa de aplicación.

8. El contratista deberá garantizar en todo momento a lo largo de la ejecución contractual la extracción, modificación y descarga de datos derivados del contrato que deberán ser puestos a disposición de la Administración cuando esta lo solicite. Extracción, para obtener, desde las fuentes de datos de origen, los datasets o conjuntos de datos publicables. Transformación, que puede incluir el filtrado de determinados valores, la eliminación de blancos o valores fuera de rango. Y carga o traslado de la información desde la fuente original hasta el punto lógico donde hayan de utilizarse. También se garantizará por parte del contratista la disponibilidad de toda la información histórica de los datos.
9. El contratista deberá suministrar a lo largo de toda la vigencia del contrato, la información relativa al objeto del contrato, así como el contenido completo de las bases de datos empleadas a efectos de facilitar su reutilización y su posible incorporación y uso por parte de los sistemas de información de la Dirección General de Estrategia Digital. Dichas bases de datos tendrán que ser suministradas con todo detalle y en formato abierto y reutilizables, junto con sus metadatos.

Los datos deberán reunir los requisitos acordes al régimen aplicable a la información reutilizable reflejados en la normativa reguladora de aplicación.

10. La responsabilidad por el suministro de datos erróneos, las interrupciones en la transmisión de los datos y el trabajo interpretativo de baja calidad (en caso de que este se comparta con conjuntos de datos), así como por la destrucción, pérdida o alteración de datos (ilícita o accidental) que pueda causar daños corresponde al contratista.
11. A la finalización del contrato, el contratista proporcionará a la Dirección General de Estrategia Digital la información completa de las bases de datos, en formato abierto y reutilizable, junto con sus metadatos, incluyendo la serie histórica de la información, el modelo de datos y toda la documentación necesaria para su interpretación, siguiendo las directrices de los responsables informáticos.
12. Corresponderá a la Dirección General de Estrategia Digital exclusivamente la disposición de la información generada por el contrato sin que el contratista pueda realizar ningún uso o disposición de la misma sin autorización expresa de la Dirección General de Estrategia Digital.

8. SEGURIDAD, DISPONIBILIDAD Y PROTECCIÓN DE DATOS

La competición se desarrollará en los servidores de la empresa adjudicataria y será accesible exclusivamente vía internet.

En virtud de lo establecido en el Real Decreto 311/2022, de 3 de mayo, por el que se regula el Esquema Nacional de Seguridad (en adelante, ENS), y Real Decreto 951/2015, de 23 de octubre, de modificación del Real Decreto 3/2010, deberá alcanzar la valoración de las distintas dimensiones de seguridad (autenticidad, confidencialidad, integridad, disponibilidad y trazabilidad), así como la categorización del sistema, garantizando el cumplimiento íntegro de las medidas de seguridad identificadas en el Anexo 1 del ENS. La herramienta deberá poseer la clasificación de ALTO en el citado esquema.

En virtud de lo establecido en el Reglamento 2016/679 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 27 de abril de 2016 (en adelante, RGPD), relativo a la protección de las personas físicas en lo que respecta al tratamiento de datos personales y a la libre circulación de estos datos, así como la Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre de 2018, de Protección de Datos Personales y Garantías de los Derechos Digitales (en adelante, LOPDGDD), deberá evaluar de forma conjunta con el la Dirección General de Estrategia Digital la necesidad de ejecutar una Evaluación de Impacto de Privacidad con el objeto de identificar el conjunto de medidas técnicas y organizativas que, con carácter preventivo, y antes de la puesta en marcha de la competición deben encontrarse implantadas con el objeto de atender el Principio de Privacidad por Diseño, y garantizar el cumplimiento en materia de protección de datos.

En cualquier caso, si la Evaluación de Impacto de Privacidad no fuese precisa, quedando debidamente justificado, la empresa adjudicataria colaborará con la Dirección General de Estrategia Digital, en la ejecución del análisis de riesgos de privacidad demandado por los artículos 24 y 32 de la norma RGPD, garantizando la implantación de las medidas técnicas y organizativas que resulten de dicho análisis, y que conformará el Programa de Privacidad de la competición gestionada por la empresa adjudicataria.

El adjudicatario deberá proveer un equipo de trabajo de carácter adicional al recogido en el apartado “Medios humanos y materiales” del presente pliego estando capacitado para acometer cualquier actualización o mejora necesaria y para mantener el servicio en todos sus aspectos técnicos, tecnológicos y de seguridad de la información y los datos. Su composición, formación y experiencia deberán ser consignados igualmente en la oferta a presentar. Dicho equipo de trabajo podrá incluirse al recogido en el apartado 4.1. “Medios humanos y materiales”.

9. OTRAS OBLIGACIONES DEL ADJUDICATARIO

El adjudicatario deberá informar a la Dirección General de Estrategia Digital proactivamente, sobre cualquier evento importante o imprevisto que pueda impactar en la consecución de los objetivos establecidos en la presente licitación.

El adjudicatario deberá informar con inmediatez de la existencia de cualquier procedimiento judicial tendente a la determinación de conductas que puedan ser constitutivas de infracción penal y que afecten a las actuaciones objeto del presente contrato, así como cualquier otra incidencia que pueda perjudicar a la reputación de la Comunidad de Madrid.

Madrid, a fecha de la firma

EL DIRECTOR GENERAL DE ESTRATEGIA DIGITAL

Firmado digitalmente por: AZORÍN GONZÁLEZ IGNACIO
Fecha: 2026.07.13 14:51