



Mobile  
WorldCapital  
Barcelona

**PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS RELATIVAS AL CONTRATO PARA LA PRESTACIÓN DE UN SERVICIO DE CONCEPTUALIZACIÓN, GESTIÓN DE PRODUCCIÓN, DISEÑO Y GENERACIÓN DE CONTENIDO DEL EVENTO TALENT ARENA 2025 DE FUNDACIÓ BARCELONA MOBILE WORLD CAPITAL FOUNDATION**

Exp. A/F202408/S

## 1. CONTENIDO DE LA PRESTACIÓN DEL CONTRATO

El presente pliego tiene por objeto definir las pautas técnicas que regirán la realización del servicio de conceptualización, gestión de producción, diseño y generación de contenido del evento Talent Arena 2025 de la FUNDACIÓ BARCELONA MOBILE WORLD CAPITAL FOUNDATION (en adelante, “MWCcapital” o la “Fundación”, indistintamente) en fase de ejecución contractual.

La adjudicataria será el responsable de impulsar, coordinar y gestionar todas las tareas que engloben la ejecución del evento Talent Arena 2025 y, en concreto, las siguientes seis (6) tareas:

1. Conceptualización del evento e identificación de actividades
2. Distribución del espacio según las actividades previstas
3. Gestión de la producción del evento
4. Adaptación de la imagen gráfica
5. Generación de contenido para canales del evento
6. Desarrollo de la web

### 1.1. Conceptualización del evento e identificación de actividades

#### a) Naturaleza del evento y conceptualización

Talent Arena 2025 será la primera edición consolidada que se organizará de la mano de GSMA dentro del MWC Barcelona 2025 y que supondrá la creación de un espacio dentro del salón. Del mismo modo que MWC Barcelona es una feria dirigida a la industria tecnológica mundial y 4YFN es una feria dirigida a la creación y consolidación de *start-ups*, Talent Arena será una feria dedicada al profesional TIC.

Esta edición tendrá el ambicioso objetivo de alcanzar los 20.000 visitantes, de los cuales se espera que el 10% sea de origen internacional, por lo que, a diferencia de las anteriores ediciones, se pretende acercar este evento a un público tanto nacional como internacional.

Con relación al público nacional, el evento se focalizará en tres ciudades, Barcelona, Madrid y Valencia, mientras que en relación con el público internacional se focalizará principalmente en el congresista de MWC Barcelona 2025 y 4YFN y en el talento de otras ciudades europeas. Así, para cada uno de ellos, estableceremos un plan de comunicación acorde a las necesidades de comunicación que más tarde se indicará.

En lo que respecta a la audiencia del evento, se conceptualizan tres tipos de *target*:

- Talento (90%): Personas que tienen o pueden adquirir competencias de desarrollo de tecnología, con los siguientes perfiles:
  - Senior (45%): Talento con más de 3 años de experiencia que dispone de conocimientos para desarrollar nuevas tecnologías y trabaja de forma activa en este ámbito y busca un entorno en el que conectarse con el ecosistema y mejorar sus capacidades.
  - Júnior (45%): Talento de 0 a 2 años de experiencia que se encuentra en alguna de las etapas de creación de nuevo talento digital. Es decir, aquellos que aún no se han formado, pero tienen interés por este tipo de profesiones, aquellos que ya han decidido formarse en este ámbito, pero aún no han iniciado sus estudios aquellos, aquellos que recientemente han finalizado sus estudios y están buscando una primera oportunidad laboral, y aquellos que han empezado su carrera profesional, pero buscan una especialización.

Aunque para esta edición el volumen de los dos *targets* tiene el mismo peso, en términos generales se considera el público senior como el principal dado el interés que tenemos de focalizarnos a futuro.

- Empresas (7%): Principales interesadas en atraer talento digital, conocer posibles candidatos para sus procesos de selección y posicionarse como una marca relevante para este colectivo (*employer branding*). Hay que tener en cuenta que dentro de este segmento encontramos también aquellos profesionales relacionados con Recursos Humanos y otros cargos *mid-level* de dentro de una organización que no sean desarrolladores.
- Centros de formación (3%): Entidades educativas interesadas en la captación de nuevos alumnos para futuras ediciones de programas de formación y en la promoción y conexión de su alumnado ya formado con empresas de nuestro ecosistema.

Además, una de las características principales que Talent Arena 2025 albergará es la singularidad de ser un mix entre una feria, un congreso y una puesta en escena de un espectáculo, de manera que se pone especial énfasis de la necesidad de crear un

espacio singular en el que todos los asistentes se encuentren inmersos en una experiencia que supere las expectativas propias de una feria.

El contenido técnico del presente informe, así como sus objetivos y expectativas se ampliarán con la propuesta de la adjudicataria de conceptualización del evento aprobada por MWCcapital, y que incorporara, como mínimo, el análisis de ediciones anteriores y eventos similares, un manifiesto para la propuesta Talent Arena 2025, el soporte a la conceptualización y *look & feel* del evento *onsite* y la creación de un *moodboard*.

#### b) Actividades y localizaciones

Este apartado hace referencia tanto a la organización de actividades en localizaciones ya existentes, así como la creación de nuevas localizaciones y realización de actividades en ellas, que complementen el espacio o, incluso, se desarrollen fuera del mismo, siempre ajustándose al presupuesto establecido para la gestión de la producción del evento.

Por un lado, la adjudicataria deberá realizar, como a mínimo, las siguientes **actividades principales** durante la celebración del evento y que constituirán el núcleo principal del mismo:

- **Ponencias:** Durante todo el evento, se desarrollarán ponencias de forma continua en los diferentes escenarios previstos. Estas ponencias contarán con la participación de personajes públicos y notorios, que son especialmente relevantes tanto para nuestra audiencia senior como junior. Además, se incluirán intervenciones de ponentes expertos de las empresas *partner*, quienes aportarán su conocimiento y experiencia en diversos temas. El objetivo es proporcionar un espacio enriquecedor donde los asistentes puedan aprender sobre tendencias y novedades en diferentes áreas de interés.
- **Diálogos:** Se llevará a cabo una programación de charlas en un formato más cercano e interactivo, permitiendo que los ponentes y la audiencia puedan dialogar sobre temas más específicos. Estas charlas estarán dirigidas a grupos más reducidos que las ponencias principales, lo que favorecerá una mayor interacción y un intercambio de ideas más dinámico. Este formato íntimo es ideal para profundizar en temas de interés particular y para fomentar un ambiente de aprendizaje colaborativo.

En este sentido, se plantea la realización de nuevos formatos como por ejemplo *fire side chat*, *reverse talks* u otros que puedan devenir del transcurso del proyecto.

- **Talleres de programación:** Se llevarán a cabo talleres de programación con una duración de 90 minutos cada uno, de forma ininterrumpida durante todo el evento. Estos talleres cubrirán una amplia gama de temáticas y ámbitos de la programación, desde los fundamentos básicos hasta áreas más avanzadas y especializadas. Están diseñados para ser prácticos e interactivos, permitiendo a los participantes aplicar lo aprendido en tiempo real y obtener *feedback* inmediato de los instructores.
- **Networking:** Espacio donde las empresas y el talento podrán encontrarse de una forma distendida. A diferencia de otras ediciones, no se prevé organizar entrevistas de trabajo *in situ* y se opta por mantener un enfoque más relacional entre ambas partes.

En esta zona, cada empresa puede disponer de un info point (pequeño *foam* con su logotipo, mostrador, sillas, etc.) que sirvan como punto de visibilidad para que los participantes puedan ubicarlas y dirigirse con comodidad. Se prevé que la participación de las empresas sea de forma rotativa, es decir, que cada día esos espacios puedan albergar una empresa diferente.

- **Corner CV:** Zona reservada para la realización de talleres orientados a ofrecer un contenido acerca de cómo superar procesos de selección, o consejos para preparar un buen currículum, entre otros. En esta misma zona, se espera disponer de un espacio en el que puedas realizar tu fotografía para el currículum, así como otras actividades que mejoren tu perfil para futuros procesos de selección.
- **Mentorías:** Se realizarán sesiones de mentoría individualizadas (*one to one*) entre el talento que busca mejorar sus habilidades y profesionales del sector. Habrá una participación mínima de 20 mentores/as simultáneos, todos ellos con amplia experiencia en sus respectivos campos. Estas sesiones ofrecerán una oportunidad única para recibir orientación personalizada, consejos de carrera y *networking*, facilitando el crecimiento profesional de los participantes.
- **Hackathon:** Durante todo el evento, se llevará a cabo esta actividad en el que los participantes trabajarán en la resolución de un reto específico. Este desafío permitirá a los participantes demostrar sus habilidades digitales y su capacidad

para trabajar en equipo bajo presión utilizando las herramientas que facilitemos. Las soluciones serán evaluadas por un jurado y por las empresas presentes como mentoras. Para esta actividad se prevé llevar a cabo entre 2 o 3 *hackathons* con diferentes objetivos. Bien puede servir para identificar eventualmente talento y potencial de los participantes o, por ejemplo, para dar a conocer a los participantes nuevas herramientas de desarrollo de tecnología.

- **Stands**: Se dispondrá de puntos de atención al visitante de entre 4 y 6 m<sup>2</sup>, donde centros de formación interesados podrán conectar con el talento asistente al evento. Estos stands servirán como un espacio para la promoción de programas educativos y para establecer contactos que pueden derivar en futuros estudiantes. No se prevén stands para empresas.

Así mismo, se conceptualizarán dos stands para que las entidades organizadoras, MWCcapital y GSMA, puedan exponer proyectos relacionados con el público del evento. En este aspecto, estos espacios deberán integrarse correctamente con el resto del espacio y diferenciarse de los stands de centros de formación. A modo orientativo, se propone que estos dos stands sean de unos 100m<sup>2</sup> y alberguen un pequeño auditorio para 25 personas y una zona expositiva.

- **Directo canal Streaming**: El evento será retransmitido en directo a través de nuestros canales de comunicación (*Twitch, Youtube, u otros*). Durante la transmisión, se realizarán entrevistas con los diferentes ponentes que hayan participado en el *stage*, así como con representantes de empresas, talento y centros de formación involucrados en el evento. Esta cobertura en vivo permitirá a aquellos que no puedan asistir en persona, puedan seguir el evento y participar de manera remota.
- **Experiencias tecnológicas**: Habrá una zona dedicada a experiencias tecnológicas donde los asistentes podrán interactuar con la tecnología de manera tangible. Esta área permitirá a los visitantes tocar, ver y sentir la tecnología, proporcionando una experiencia inmersiva que destaca las innovaciones y avances en el campo tecnológico. Estas experiencias serán contratadas según criterios de la organización a través del correspondiente procedimiento de contratación aparte.
- **Música**: Habrá una zona de ocio en la que un DJ estará presente para amenizar la jornada, creando un ambiente festivo y dinámico durante todo el día. Esta área

está diseñada para ofrecer a los asistentes un espacio de relajación y diversión, complementando las actividades más formales del evento.

- Concierto de cierre: Dado el carácter lúdico, festivo y de comunidad que define Talent Arena, se organizará una fiesta o concierto de cierre la última noche del evento, es decir, la noche del miércoles. Esta celebración será el broche final de la primera edición de Talent Arena ofreciendo a los asistentes una oportunidad única para relajarse, socializar y disfrutar de un ambiente festivo después de días intensivos de aprendizaje y *networking*.

En este sentido se prevé contactar con festivales de música como Sónar, Primavera Sound o Cruilla para buscar una colaboración que nos permita llevar a cabo esta actividad.

- Food Corners: Se establecerán zonas de venta de comida y bebida, acompañadas por la música del DJ, para promover y mantener el ambiente festivo del evento. Estas áreas proporcionarán a los asistentes una variedad de opciones gastronómicas, permitiéndoles disfrutar de una experiencia completa y satisfactoria.

En este punto, se sugiere asociar el evento a alguna empresa de comida destacada de acuerdo con el público como puede ser Vicio, Deleito o similares, así como también dejando abierta la opción de otras variedades culinarias. En lo que respecta a la bebida, MWCapital mantiene estrecha relación con DAMM dado que es empresa patrona de la fundación.

- Coworking: Se habilitará una zona de *coworking* en el evento para proporcionar a los asistentes un espacio adecuado donde puedan concentrarse, mantener reuniones, conectarse a llamadas online y trabajar in situ entre ponencia o actividad dentro de Talent Arena. Este espacio se conceptualiza en dos zonas:
  - Un espacio de *coworking* abierto que estará disponible para todos los asistentes y que contará con mesas de trabajo compartidas, sillas, puntos de conexión eléctrica, acceso Wifi, etc.
  - Un espacio de *coworking* VIP exclusiva para personas con esta acreditación y que, además de los servicios antes mencionados, contará también con salas aisladas acústicamente para realizar reuniones o *meetings* online o áreas de descanso, así como desayuno y merienda para los VIPs.

- Colaboraciones con empresas: De acuerdo con el público objetivo del evento, la adjudicataria deberá proponer y realizar las gestiones propias para involucrar a empresas y marcas potencialmente interesantes para nuestra audiencia a través de colaboraciones que sean relevantes para ambas partes. En anteriores ediciones se ha colaborado con marcas como Tesla o Deleito.
- Punto de atención al visitante: Todas aquellas personas que accedan a la Talent Arena y realicen diferentes actividades dentro de ellas, podrán obtener una entrada a MWC que será válida para el jueves 6 de marzo. Por ello, necesitamos un punto de atención al visitante para capacidad de 5 personas donde los visitantes se puedan dirigir para solicitar esta entrada.

Por todo lo expuesto, con el objetivo de facilitar la ilustración de la localización de estas actividades, se aporta la siguiente tabla con sus requerimientos mínimos a integrar para llevarlas a cabo:

Localización	Actividad	Número	Aforo aprox.
Escenarios	Ponencias Concierto cierre	2 escenarios	500 cada uno
Talks	Diálogos	2 talks	150 cada una
Workshop room	Talleres	3 salas	100 cada una
Networking zone	Networking	1 sala	120 personas (25 info points)
Corner CV	Talleres HR Fotografía CV	1 sala	100 personas
Mentorías	Mentorías	1 sala	50 personas
Hackathon	Hackathon	1 sala	80 personas
Exhibition zone	Estands	20 + 2 estands	200 personas
Streaming	Directo Streaming	1 set	5 personas
Experiencias tech	Experiencias tech	15 experiencias	100 personas
Música	DJ	2 zonas	80 personas
Food Corners	Food Corners	2 zonas	80 personas
Coworking Zone	Coworking	2 zonas (900m2 abierto y 600m2 VIP)	300 abierto + 200 cerrado



Por otro lado, la adjudicataria deberá realizar las siguientes **actividades de forma previa a la celebración del evento** con el objetivo de promocionar y dar a conocer el evento Talent Area:

- **Encuentro con comunidades de *developers***: Encuentros previos al evento principal, diseñados para involucrar a comunidades de desarrolladores y profesionales de la tecnología y que se enfocarán en temáticas relevantes para las comunidades de desarrolladores, proporcionando un espacio singular y distendido donde puedan reunirse, aprender y compartir conocimientos. Estas reuniones se llevarán a cabo entre tres y cuatro veces antes de Talent Arena 2025 en Barcelona con el objetivo de generar interés y atraer asistentes al evento principal.

MWCapital se encargará de identificar y contactar con las diferentes comunidades de desarrolladores que estén activas y sean relevantes para el público objetivo de Talent Arena.

Para este punto, la adjudicataria deberá llevar a cabo las siguientes tareas:

- Conceptualización y diseño del concepto general de estos encuentros, incluyendo la estructura del evento, el *look & feel* del espacio y otros elementos clave como la ambientación y la experiencia del usuario. Así, esto implicará definir un formato atractivo que combine charlas inspiradoras y sesiones de *networking* donde la temática de cada encuentro estará alineada con los intereses y necesidades de las comunidades de desarrolladores, garantizando que los contenidos sean relevantes y atractivos.
- Identificación de espacios adecuados para la realización de estos encuentros de acuerdo con las necesidades requeridas (locales equipados con la infraestructura necesaria incluyendo sistemas de audio, video, localización céntrica, etc.)
- Contacto con los locales seleccionados y cierre de condiciones atendiendo que MWCapital se encargará de la contratación de estos, así como de la bebida o comida para los asistentes.
- Producción de materiales gráficos para la comunicación y participación de las diferentes comunidades involucradas por redes sociales, correo

electrónico, y a través de las propias comunidades de desarrolladores para difundir información sobre los encuentros

- Desarrollo y actualización de las presentaciones que se utilicen en el principio y fin del encuentro para dar a conocer Talent Arena.
- Proveer soporte técnico y logístico durante los encuentros para asegurar que todo funcione correctamente. Esto incluye la gestión del equipo audiovisual, la coordinación de las actividades programadas, la asistencia a los ponentes y la resolución de cualquier problema que pueda surgir durante el evento. La adjudicataria debe asegurarse de que todos los aspectos operativos del evento se ejecuten sin contratiempos, proporcionando un entorno profesional y eficiente que permita a los asistentes disfrutar plenamente de la experiencia.
- Comunicación del paquete de viajes: Con el objetivo de facilitar la asistencia de personas de otras localidades al Talent Arena 2025, se propone la elaboración de paquetes de viaje que puedan incluir alojamiento, transporte y acceso tanto a Talent Arena como al MWC Barcelona 2025. Esta iniciativa busca reducir las barreras de entrada para los interesados, haciendo el proceso de viaje más conveniente y accesible.

MWCcapital se encargará de llegar a acuerdos con una agencia de viajes que puedan dar soporte a la venta y comercialización de estos paquetes.

Para este punto, la adjudicataria deberá llevar a cabo las siguientes tareas:

- Conceptualizar y diseñar la comunicación de estos paquetes de viaje atractivos que incluirán tanto el alojamiento, transporte, entradas para Talent Arena y MWC Barcelona 2025, así como otras visitas o actividades que se pudieran incluir de acuerdo con el público del evento.
- Alinear los diferentes mensajes previstos para la comunicación del evento con estos paquetes.
- Desarrollar materiales gráficos y contenido promocional para difundir la información de estos paquetes, que podrá incluir *banners*, publicaciones en redes sociales y otros formatos digitales que capten la atención del público interesado no residente en las cercanías de Barcelona.

Finalmente, la adjudicataria deberá llevar a cabo aquellas propuestas de **actividades complementarias** que hubiera propuesto en su oferta y que hubieren sido aprobadas por MWCcapital.

A modo de ejemplo, en la prueba piloto Talent Arena 2024 se generó un espacio icónico en forma de ring de boxeo que sirvió para llevar a cabo actividades propias del *hackathon* y como set de grabación de *Twitch*, además de ir vinculado con el *namings* del evento “Talent Arena” al ser un espacio de competición.

La ejecución de estas actividades complementarias deberá cubrir las siguientes necesidades:

- **Creación de espectáculo:** Se pretende innovar y romper con el formato clásico de feria o congreso, siendo la disrupción mediante la incorporación de música, efectos especiales o intérpretes, entre otros, lo que consiga una puesta en escena única. Así, se creará una experiencia memorable y envolvente que permita diferenciar el evento y captar la atención de los asistentes, generando un ambiente dinámico y atractivo.
- **Atracción de público de otras ciudades de España:** A diferencia de ediciones anteriores, este año se ampliará el alcance del evento atrayendo a un mayor público objetivo, concretamente de ciudades de Barcelona, Madrid y Valencia. Así, se considera de gran interés la participación de comunidades de desarrolladores de tecnología dentro del propio evento o incluso antes de éste.

En este sentido, se han identificado las siguientes comunidades de interés:

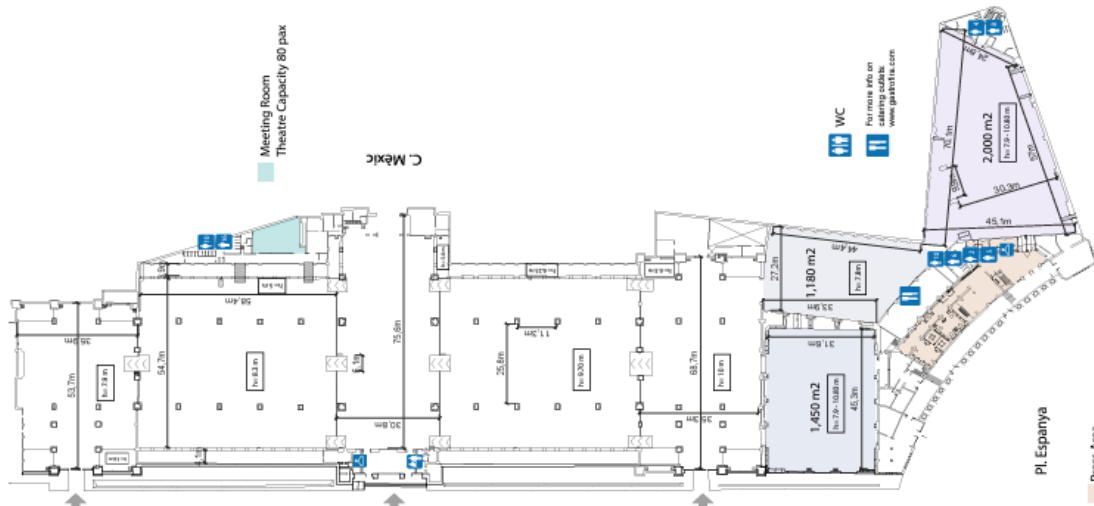
<https://mobileworldcapital->

[my.sharepoint.com/:x/g/person/nasmwc\\_mobileworldcapital\\_com2/EXkqIF-Ei5itCgpJM2GruVCsB4VVChgTWdUsSDKrEYwWIDw?e=yOmMa4](https://my.sharepoint.com/:x/g/person/nasmwc_mobileworldcapital_com2/EXkqIF-Ei5itCgpJM2GruVCsB4VVChgTWdUsSDKrEYwWIDw?e=yOmMa4)

- **Atracción de público del MWC:** Es crucial que el evento se integre de manera efectiva con el MWC Barcelona y 4YFN y se establezca así una conexión sólida con ambas ferias. En consecuencia, se deberá atraer visitantes internacionales para alcanzar los objetivos previstos, aumentar la relevancia del evento, y potenciar su impacto y alcance.

## 1.2. Distribución del espacio según las actividades previstas

Talent Arena 2025 se celebrará en el recinto ferial de Fira de Barcelona en Montjuïc (Hall 8 – 14.300m<sup>2</sup>), cuyo mapa se presenta a continuación:



En el siguiente enlace se puede obtener un mayor detalle del mapa e información del espacio mediante la herramienta AutoCad:

<https://guestevents.firabarcelona.com/web/app/uploads/2022/02/mj-hall-3.dwg>

Las actividades principales, previas y complementarias serán distribuidas en este espacio según la propuesta de la adjudicataria, que deberá ser confirmada por MWCcapital y que estará sujeta a las modificaciones de distribución que ésta quiera incorporar.

## 1.3. Gestión de la producción del evento

La adjudicataria se encargará de la planificación, gestión de la producción y ejecución de las necesidades técnicas, gráficas y recursos humanos para el correcto desarrollo del evento Talent Arena.

El presupuesto máximo estimado de la producción del evento es de 640.000,00 euros, sin que existan restricciones de presupuesto para cada localización.

Además, se pone en conocimiento que el objeto de la presente gestión de producción no incluye la contratación de internet, consumos potencia eléctrica, jefe de pabellón,

servicio médico, limpieza, basura, seguridad, control de accesos, rayos X, detector de metales, unidades caninas y cualquier otro servicio o suministro exclusivo de Fira de Barcelona, para los que se ha reservado una cantidad máxima de 400.000,00 euros adicionales para su oportuna contratación.

Por último, se informa que el coste de la contratación de los servicios relacionados con el alquiler de los equipos técnicos, equipos audiovisuales, mobiliario y demás elementos quedan fuera de la presente licitación y serán contratados a parte a través del correspondiente procedimiento de contratación.

En relación con la producción técnica, gráfica y de contenidos del evento Talent Arena 2025, se atenderá a lo siguiente:

a) Producción técnica

La adjudicataria será responsable frente a MWCcapital de la gestión de la producción técnica del evento, desarrollando, como mínimo, las siguientes tareas:

- Identificación de las necesidades de suministro de todo el espacio para el desarrollo de las actividades identificadas de:
  - Material audiovisual como pantallas centrales, pantallas secundarias para señalética y otros usos necesarios, cámaras, proyectores, microfonía inalámbrica, altavoces, iluminación, mesa de control, técnicos, etc.
  - Equipamiento y conexiones necesarias para llevar a cabo las actividades que precisen internet tanto por wifi como por cable, si fuera necesario, teniendo en cuenta el ancho de banda necesario de acuerdo con la previsión de dispositivos conectados.
  - Iluminación de todos los espacios, siendo importante generar un clima único y disruptivo para el asistente. Se sugiere el uso de barras de luz, leds y otros elementos similares.
  - Mobiliario para poder llevar a cabo todas las actividades tales como sillas, mesas, mesas altas, taburetes, plantas, sofás, etc.
  - Elementos estructurales tales como tarimas, gradas, *truss* para la iluminación, sonido y otras necesidades similares.

- Señalética y elementos de branding tales como *fly banner*, vinilos, *foams*, lonas o *photocall*, entre otros.
  - Otros elementos audiovisuales para generar efectos especiales que complementen la atmósfera del evento.
  - Potencia eléctrica y cableado necesaria para el desarrollo de todas las actividades.
  - Limpieza de espacios y seguridad.
  - Staff de producción y de sala en todas las actividades cuándo sea necesario.
  - Sistema de interlocución entre el equipo técnico y el equipo de MWCcapital en el evento a través de *walkie talkie* o similares.
  - Otros equipamientos complementarios tales como catenarias, moqueta u otros elementos similares.
  - Elementos de *merchandising* como pulseras de registro, sudaderas, gorras, porta-móviles u otros elementos similares.
- Planificación del montaje, desmontaje, custodia, traslados y almacenamiento de los elementos técnicos. Así, de acuerdo con Fira de Barcelona, será necesario elaborar un plan específico de montaje y desmontaje incluyendo la logística y los recursos necesarios para llevar a cabo las actividades que será compartido con MWCcapital en todo momento.

#### b) Producción gráfica

Respetando la guía de estilo de los logotipos, tipografías y colores que compartirá MWCcapital y, en definitiva, la convivencia de la marca con el evento, la adjudicataria será responsable frente a ésta de la gestión, planificación y producción gráfica de los distintos elementos visuales del evento.

Se desarrollarán, como mínimo, las siguientes tareas:

- Identificación y producción de todos los elementos gráficos que se consideren necesarios:

- Diseño y producción de materiales impresos como carteles, *banners*, banderolas, señalética, etc.
- Diseño y producción de materiales gráficos como anuncios en redes sociales, correos electrónicos, páginas web del evento, etc.
- Diseño y producción de materiales del proyecto como dosieres, *decks* comerciales, presentaciones y otros recursos promocionales.
- Diseño y producción de elementos gráficos para pantallas LED y proyectores del evento.
- Diseño y producción de elementos decorativos del evento (por ejemplo., uso de leds, gogos, etc.)
- Diseño y producción de elementos de acceso como pulseras o tarjetas de acceso.
- Diseño y producción de elementos *merchandising* tales como gorras, sudaderas, porta-móviles, etc.

En definitiva, hace referencia a todos los elementos gráficos necesarios para dicho evento, teniendo en cuenta, además, que desde MWCcapital se podrán asignar formatos de comunicación que provengan del propio Ayuntamiento de Barcelona, Generalitat de Catalunya y/o otros *partners* asociados a la MWCcapital.

- Planificación del montaje, desmontaje, custodia, traslados y almacenamiento de la producción gráfica:

De acuerdo con Fira de Barcelona, será necesario elaborar un plan específico de montaje y desmontaje incluyendo la logística y los recursos necesarios para llevar a cabo estas actividades, que será compartido con MWCcapital en todo momento.

Además, este punto hace referencia al diseño y Artes Finales de todas las piezas que se estimen necesarias, destacando que la reprografía de todos aquellos elementos que deban ser impresos será contratada mediante el correspondiente proceso de contratación.

c) Producción de contenidos

La adjudicataria asumirá la implicación íntegra de los servicios audiovisuales asociados al evento Talent Arena 2025 y, en concreto:

- **Directo canal *streaming*:** Se cubrirá por *streaming* las entrevistas y contenidos durante los tres días del evento que se emita desde nuestros canales de *streaming* (youtube, twitch, u otros), con un plano fijo tomando de referencia la edición anterior:

[https://www.youtube.com/live/QCXPXv2\\_IQw?si=ZUyFpBH0C1rDLzVg](https://www.youtube.com/live/QCXPXv2_IQw?si=ZUyFpBH0C1rDLzVg)

La empresa adjudicataria aportará los recursos humanos necesarios para su realización e identificará los recursos técnicos que deban ser contratados para realizar el directo y su correcto lanzamiento a través de la red social que se escoja.

Será imprescindible que la adjudicataria se encargue de las siguientes tareas:

- **Conceptualización del *streaming*:** Definición del formato y estructura de las diferentes sesiones de previstas ofreciendo un contenido singular acorde a nuestra audiencia.
- **Diseño de escaleta técnica y audiovisual** detallando los tiempos y contenidos de cada segmento del *streaming*.
- **Identificar y planificar las actividades interactivas** para mantener a la audiencia comprometida tales como concursos, preguntas en vivo de la audiencia, encuestas, etc...
- **Identificación de los recursos técnicos** que deberán ser contratados y contemplados en la Tarea 3: “Gestión de la producción del evento”. En este punto, se hace especial énfasis a garantizar la calidad de video a nivel técnico (sonorización de los ponentes, correcta iluminación del espacio, calidad de la resolución de imagen) y conexión a internet por cable.
- **Identificación de los recursos de mobiliario y attrezzo** en el set de grabación que complementen la puesta en escena.



- Grabación de ponencias:

Todas las ponencias realizadas en el *stage* deberán ser grabadas, mínimo con un plano fijo, tanto audio como video para su posterior publicación en nuestro canal de YouTube tal y como se hizo en anteriores ediciones:

<https://youtu.be/nvXCOvaMrTs?si=-jb7PQie1GkSZfta>

Recogidos en la Tarea 3: “*Gestión de la producción del evento*”, la entidad adjudicataria identificará los recursos técnicos y humanos necesarios que deban ser contratados para realizar dicha tarea.

Así mismo, la entidad adjudicataria se encargará también de segmentar las grabaciones en diferentes piezas correspondientes a cada intervención incluyendo una careta de entrada y una de salida en cada una de ellas que serán subidas a nuestro canal de Youtube.

Se precisa que la entidad adjudicataria entregue dichas piezas como máximo dos semanas posteriores al evento.

- Fotografía y grabación del video resumen:

Se cubrirán las necesidades fotográficas y de video para documentar y crear un resumen visual del evento Talent Arena 2025, de manera que la adjudicataria deberá encargarse de capturar momentos clave y crear un video resumen atractivo que resuma la esencia del evento. En concreto, se encargará de las siguientes tareas:

- Conceptualización del video resumen: Definir el enfoque creativo y narrativo del video resumen, asegurando que refleje la energía y los aspectos más destacados del evento.
- Planificación de la cobertura fotográfica: Identificar los momentos clave que deben ser fotografiados durante los tres días del evento, asegurando una amplia cobertura de las actividades y la participación de los asistentes.
- Identificación y disposición de recursos técnicos: Determinar los equipos fotográficos y de video necesarios para capturar imágenes y grabaciones de alta calidad, cuyos recursos técnicos deberán estar incluidos dentro de la propuesta de la empresa adjudicataria.

- Edición y postproducción del video resumen: Seleccionar y editar las mejores tomas, añadir música, gráficos y otros elementos para crear un video resumen cohesivo y atractivo.
- Entrega del video resumen: Entregar el video editado en un formato adecuado para su difusión a través de los canales oficiales de Talent Arena, con un plazo máximo de dos semanas posteriores al evento

#### 1.4. Adaptación de la imagen gráfica

##### a) Concepto creativo de campaña

El concepto de campaña creativa, es decir, el *key message* y *visual base*, de Talent Arena 2025 tiene en cuenta las siguientes premisas:

- El público objetivo primario es el talento digital, principalmente personas de entre 18 a 40 años interesados en el sector TIC desde un punto de vista profesional donde, además, se integran en dos grandes colectivos: talento senior, entendido como profesionales con más de 3 años de experiencia desarrollando nueva tecnología que se encuentran en la búsqueda de nuevo contenido para mejorar sus habilidades, y talento junior, entendido como personas que se encuentran en el ciclo de vida de un proceso de formación (sensibilización, formación o conexión con el mercado laboral).
- Se considera el público senior como el principal y destacado dado el interés que tenemos de focalizarnos en él a futuro.
- El perfil senior o junior no mide la edad de estos colectivos sino la experiencia que tengan con el desarrollo de tecnología. Así, se pueden contemplar escenarios de personas mayores de 30 años que se encuentren en fase de reorientación profesional en el sector digital como personas menores de 30 años que ya acumulan años de experiencia.
- El público objetivo secundario se centra en dos colectivos: Empresas TIC (*hubs* de innovación, *startups* y grandes corporaciones) que quieren incrementar la visibilidad de su marca, actividad y captar profesionales para sus organizaciones a través de mayor visibilidad (*employer branding*), y centros de formación (*bootcamps*, centro de formación profesional y universidades), es decir, entidades educativas que se encuentran en búsqueda de nuevos alumnos que buscan generar visibilidad para su marca y actividad.

Con relación a la marca, la marca Talent Arena fue creada para la prueba piloto de 2024, relevando así a la empleada en Jump2digital 2023. Para esta nueva edición, se busca la relación y coherencia con la edición de prueba anterior y, en la medida de lo necesario, crear una evolución en la identidad visual para abarcar los nuevos *targets* definidos.

En concreto:

- Construir una identidad visual y tono de comunicación propio, con personalidad, con el objetivo de conseguir singularidad dentro de MWC Barcelona 2025 y conseguir posicionamiento en un espacio propio.
- Atraer público nacional e internacional para conseguir convertir el evento en global e influyente también a nivel europeo.
- Atraer congresistas del MWC Barcelona 2025 y 4YFN para crecer en una audiencia y público cualificados.
- Capitalizar con acción y fuerza el impulso de la ciudad de Barcelona como gran *hub* de generación de talento digital europeo.

#### b) Identidad Verbal

La adjudicataria se encargará de establecer cómo se comunica la marca Talent Arena, desarrollando los siguientes *outputs*:

- Evolución de tono de voz de la marca Talent Arena: Definir cómo la marca habla y que la caracteriza, incluyendo la identificación de los atributos clave del tono de voz que resalten la personalidad su personalidad, y asegurando que se mantenga el espíritu festivo mientras se adapta a un público más senior y profesional.
- Definición del estilo de comunicación mediante mensajes de ejemplo: Crear entre 6 a 8 mensajes de ejemplo que plasmen el estilo de comunicación definido. Estos mensajes servirán como referencia para su uso en diversas plataformas, incluyendo redes sociales, web y otras comunicaciones. Los mensajes deberán reflejar tanto la esencia de Jump2Digital como la transición a Talent Arena, siendo atractivos y relevantes para el talento digital tanto junior como senior.

- Definición del tipo de vocabulario y expresiones a usar (*do's and don'ts*): Elaborar una guía clara sobre el vocabulario y las expresiones recomendadas, así como las que deben evitarse, garantizando que todos los comunicados de la marca mantengan una coherencia lingüística y un estilo adecuado, y facilitando la comprensión y el reconocimiento de la marca por parte del público objetivo.

### c) Identidad Visual

La adjudicataria se encargará de trabajar una propuesta de identidad gráfica conectada con las *guidelines* de MWCcapital y Talent Arena, a fin de ofrecer un trabajo de continuidad con la edición piloto anterior, y ampliando recursos visuales y *guidelines* básicas de la marca.

Para más información, se facilitan los siguientes materiales:

- Manual de marca MWCcapital: Anexo I
- Manual de marca Talent Arena: Anexo II
- Logotipo Talent Arena: Anexo III

## 1.5. Generación de contenido para canales del evento

Para asegurar una presencia activa y relevante en las redes sociales, la adjudicataria deberá desarrollar una estrategia de generación de contenido que refuerce la identidad y visibilidad de la marca Talent Arena, consiga atraer la asistencia del público objetivo definido (talento digital senior y junior) y genere un *engagement* continuo.

Además, se encargará de crear y gestionar contenido en los idiomas español e inglés que promueva el evento y mantenga el interés de los seguidores a lo largo del tiempo.

Así, se deberán desarrollar las siguientes tareas:

- Desarrollo de una serie de publicaciones temáticas que reflejen los valores y el espíritu de Talent Arena, manteniendo la esencia festiva y profesional propia.
- Generación de contenido visual atractivo, incluyendo gráficos, fotos y videos de alta calidad que capten la atención de la audiencia.
- Producción de contenido interactivo, como encuestas, preguntas y respuestas, concursos y desafíos que fomenten la participación de los seguidores.

- Implementación de campañas de *storytelling* que destaquen historias inspiradoras de participantes anteriores, ponentes y empresas colaboradoras.
- Producción de videos en vivo (*live streaming*) durante el evento para compartir momentos destacados y permitir la participación en tiempo real de la audiencia que no pueda asistir físicamente.
- Producción de piezas durante los tres días del evento para publicar en redes sociales que ayuden a la atracción de nueva audiencia. Para ello, la adjudicataria habrá contemplado dentro de su propuesta los recursos técnicos y humanos para la realización de fotografías, videos y otros elementos que ayuden a tal fin.
- Colaboración con *influencers* y líderes de opinión del sector TIC para ampliar el alcance y la credibilidad de la marca Talent Arena (la contraprestación económica de estas colaboraciones queda excluida de la presente licitación).
- Desarrollo de un plan de respuesta y gestión de la comunidad en redes sociales para interactuar con los seguidores, responder a sus preguntas y moderar comentarios.
- Creación de un kit de herramientas para redes sociales (*social media toolkit*) que incluya plantillas de publicaciones, hashtags recomendados y guías de estilo para asegurar la coherencia en todas las comunicaciones.

#### 1.6. Desarrollo de la web

La adjudicataria se encargará de desarrollar la web de acuerdo con las indicaciones del equipo de MWCcapital y, en concreto, se hará cargo, al menos, de las siguientes tareas para nutrir de contenido visual y texto en tres idiomas (catalán, español e inglés):

- Entender el conjunto del evento y seleccionar el contenido más relevante a destacar.
- Proponer la estructura del contenido en el *landing* principal en la que se recojan todas las actividades que se realicen, los ponentes y la agenda del evento, pudiendo utilizar para ello videos o imágenes de las anteriores ediciones.
- Proponer la estructura de registro idónea que dé respuesta a las necesidades previas para las actividades previstas, haciendo especial mención a que el

sistema de registro debe contemplar las diferentes variables necesarias para el correcto desarrollo de las actividades previstas.

- Propuesta de módulos, colores, tipografía y otros elementos visuales que den un aire fresco y dinámico a la web en base a ejemplos que sirvan para tomar una decisión.
- Desarrollar la implementación de la propuesta finalmente acordada con el equipo de MWCcapital de acuerdo con los requisitos establecidos.
- Desarrollo de los materiales gráficos necesarios para la visualización de los diferentes módulos.
- Diseño de una plataforma responsiva que funcione correctamente en dispositivos móviles y de escritorio.
- Implementación de herramientas de análisis y seguimiento (por ejemplo, *Google Analytics*) para monitorizar el tráfico web y el comportamiento de los usuarios.
- Desarrollo de una sección de preguntas frecuentes (FAQ) y soporte para los asistentes al evento.
- Creación de todo el relato web y mensajes a comunicar en la web de Talent Arena.
- Actualización de toda la información que se desee comunicar de acuerdo con las actividades y ponentes previstos.
- Integración de redes sociales para fomentar la interacción y la promoción del evento.
- Desarrollo de los materiales para el sistema de envío de e-mail de confirmación de registro y entrada al evento, así como envíos transaccionales que sean necesarios y envíos de recordatorio del evento.
- Monitorización y propuesta de mejoras durante el lanzamiento de la web a fin de mejorar la conversión de registros.

**NOTA:** Las propuestas técnicas de conceptualización del evento, identificación de actividades y/o localizaciones complementarias, distribución del espacio, gestión de la producción del evento y adaptación de la imagen gráfica que la adjudicataria haya presentado en su propuesta, no tendrán, en ningún caso, carácter vinculante para MWCcapital.

Así, MWCcapital tendrá la potestad de introducir todas aquellas adaptaciones que considere oportunas y decidir como se materializará la ejecución técnica del servicio en estos ámbitos, aspectos todos ellos que serán de obligatorio cumplimiento para la adjudicataria.

## 2. IDIOMA DEL SERVICIO

El idioma del servicio será formalmente el catalán o el castellano, indistintamente, de manera que la redacción de informes y entregables se realizarán siempre en alguno de estos idiomas. En caso necesario, se podrán traducir algunos materiales al inglés y/u otros idiomas requeridos.

Por otro lado, las presentaciones y reuniones con los diferentes agentes implicados se realizarán según el idioma preferente de cada uno de ellos pudiendo ser catalán o castellano.

## 3. MEDIOS PERSONALES Y MATERIALES

MWCcapital designará a un responsable del contrato, a quien corresponderá la supervisión de la ejecución de éste, la toma de decisiones y la aplicación de instrucciones necesarias para garantizar la adecuada ejecución del mismo.

Para el cumplimiento de las funciones objeto del contrato la empresa deberá aportar, bajo su responsabilidad, un equipo de trabajo suficiente y adecuado como para cubrir los trabajos y actividades anteriormente descritas. Los antedichos medios serán aportados directamente por la entidad adjudicataria o a través de terceros, en cuyo caso deberá respetar los términos plasmados al respecto en el presente pliego técnico, así como el Pliego de Cláusulas Administrativas Particulares.

El personal de la empresa adjudicataria destinado para la realización del servicio deberá contar con acreditada experiencia, conocimientos y titulación suficientes en este tipo de eventos, garantizando un desarrollo óptimo del servicio solicitado. En su caso, la empresa deberá designar un responsable integrado en su plantilla a los efectos de actuar como interlocutor de la organización, distribución del trabajo, desempeño de las

funciones e impartición de órdenes e instrucciones de trabajo, pudiendo ser la misma persona quien realice las funciones de responsable y técnico, en caso de ser la adjudicataria un profesional libre.

La adjudicataria deberá emplear un correo electrónico facilitado por MWCcapital, el cual será un subdominio del correo electrónico utilizado por el personal de ésta, en el que se indicará su condición de personal externo (esto es: [nombre@ext.mobileworldcapital.com](mailto:nombre@ext.mobileworldcapital.com)) y su propio teléfono, el cual deberá ser utilizado única y exclusivamente con fines profesionales. Asimismo, la persona responsable de MWCcapital deberá estar siempre en copia de toda la correspondencia que se envíe a través de esta dirección, salvo que ésta indique lo contrario.

La adjudicataria será únicamente quien ejerza de modo efectivo, real y continuo, el poder inherente de dirección a todo empresario, asumiendo la negociación y pago de salarios, concesión de permisos, licencias y vacaciones, las sustituciones en caso de baja o ausencia, las obligaciones legales en materia de seguridad social, las obligaciones en materia de prevención de riesgos laborales, el ejercicio de la potestad disciplinaria, así como cuantos derechos y obligaciones se deriven de la relación contractual entre empleado y empleador.

Este personal dependerá exclusivamente de la empresa adjudicataria, debiendo este último cumplir las obligaciones vigentes en materia laboral, de seguridad social, así como fiscal y tributaria del personal a su cargo. El incumplimiento de estas obligaciones por parte del adjudicatario no derivará en responsabilidad alguna para MWCcapital.

MWCcapital en modo alguno ni bajo ningún título ostentará la condición de empleador respecto de los trabajadores contratados por cuenta propia o ajena por la empresa adjudicataria, que presten directa o indirectamente servicios para ella. Así, a la extinción de los trabajos no podrá producirse en ningún caso la consolidación de las personas que hayan realizado los trabajos objeto del contrato como personal de MWCcapital.

La adjudicataria es responsable de la disciplina de su personal, haciéndose solidaria de los daños y perjuicios que pueda ocasionar en la ejecución del presente contrato, y deberá comunicar previamente a MWCcapital cualquier cambio en la composición del personal asignado al contrato.

En el caso de que por razones ajenas a la empresa se requiera la sustitución del personal adscrito en el momento de la firma del contrato, ésta deberá realizarse manteniendo las mismas condiciones aquí exigidas. Se deberá garantizar que el servicio esté cubierto



con suficiente antelación. Cualquier cambio del personal adscrito deberá notificarse previamente a MWCcapital, quien autorizará la sustitución siempre y cuando esta/s personas reúnan igual capacitación técnica y experiencia que la/s del equipo profesional inicial.

#### **4. LUGAR DE TRABAJO**

El personal de la empresa adjudicataria necesario para llevar a cabo la prestación del contrato realizará sus tareas en sus propias dependencias u oficinas en formato virtual.

Siempre que sea requerido por MWCcapital, se podrán realizar sesiones de trabajo y encuentros en las oficinas de MWCcapital de forma presencial.

Durante la ejecución del evento Talent Arena 2025 los días 3, 4 y 5 de marzo de 2025 así como los días previos al evento y de desmontaje, las tareas se llevarán a cabo desde el recinto de Fira de Barcelona en Montjuic, concretamente el Hall 8.

#### **5. INFORME FINAL**

El contratista deberá elaborar un informe final de cierre y valoración de todo el servicio a la finalización del Talent Arena 2025, a efectos de clausura, mejora y recomendaciones de los trabajos de cara a futuras ediciones, y que deberá ser entregado como máximo el 6 de abril de 2025.

Este informe debe contener mejoras en la gestión y producción de evento, un balance general del mismo, resultados compuestos por indicadores tanto cuantitativos como cualitativos, así como una propuesta de mejoras para próximas ediciones y una encuesta de satisfacción.

El informe se entregará en un único dossier y en formato digital e incluirá lo expuesto anteriormente junto con las bases de datos correspondientes. Además, se enviará por email el informe al equipo de MWCcapital asignado y la entidad contratista organizará una reunión de presentación de resultados en la misma semana de la entrega del informe para presentar los resultados y compartir recomendaciones y mejoras.

#### **6. CONFIDENCIALIDAD**

Los licitadores y, posteriormente, la adjudicataria, deberán guardar la más absoluta confidencialidad sobre los datos de carácter personal, los datos confidenciales de MWCcapital y de terceros con lo que contrata la fundación, el know-how y, muy

especialmente, la marca Mobile World Capital y/o Talent Arena, a los que pudieran tener acceso como consecuencia de los tratos previos, la contratación y la realización de los trabajos objeto del contrato, tanto durante su vigencia como con posterioridad a la finalización del mismo, sin límite temporal. A tal efecto, se entenderán como datos confidenciales todos aquellos no divulgados por MWCcapital a los que los licitadores y la adjudicataria puedan tener acceso.

## 7. PROTECCIÓN DE DATOS

La empresa adjudicataria se compromete a cumplir con todas las normativas aplicables en materia de protección de datos personales, incluyendo el Reglamento General de Protección de Datos (RGPD) y la Ley Orgánica de Protección de Datos y Garantía de los Derechos Digitales (LOPDGDD).

La adjudicataria actuará como encargada del tratamiento de los datos personales a los que tenga acceso durante la ejecución del contrato, salvo pacto en contrario, y únicamente tratará dichos datos conforme a las instrucciones de MWCcapital, que actuará como responsable del tratamiento.

Los datos personales serán tratados únicamente para la finalidad de desarrollar los servicios previstos en el contrato, y no podrán ser utilizados para fines distintos sin el consentimiento previo y por escrito de MWCcapital.

La adjudicataria deberá implementar medidas técnicas y organizativas adecuadas para garantizar un nivel de seguridad adecuado al riesgo, protegiendo los datos personales contra destrucción, pérdida, alteración, divulgación no autorizada o acceso no autorizado.

Barcelona, a 15 de julio de 2024



---

Jordi Arrufí  
Chief of Corporate Development  
Fundació Barcelona Mobile World Capital Foundation