



PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS RELATIVO A LA CONTRATACIÓN DE UN SERVICIO DE ADAPTACIÓN DEL DISEÑO DEL ESPACIO, DISEÑO DE PRODUCCIÓN, DISEÑO Y GENERACIÓN DE CONTENIDO DEL EVENTO TALENT ARENA 2026 IMPULSADO POR FUNDACIÓ BARCELONA MOBILE WORLD CAPITAL FOUNDATION

Exp. A/F202510/S

PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS

Exp. A/F202510/S

El presente Pliego de Prescripciones Técnicas (en adelante, el “PPT”) tiene por objeto definir el alcance, requisitos y condiciones técnicas que regirán la prestación del servicio objeto de la presente licitación.

Este documento forma parte integrante del expediente contractual y será vinculante para el adjudicatario, conforme a lo dispuesto en el artículo 122 de la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público (LCSP). Su contenido establece los criterios técnicos mínimos de ejecución, los medios personales y materiales exigidos, los entregables a presentar, los plazos y fases del proyecto, y las obligaciones específicas del contratista durante todas las etapas del servicio, incluyendo la planificación, desarrollo, ejecución y cierre del Evento.

A título enunciativo, este pliego incluye:

- La descripción técnica del objeto del contrato.
- Las fases del servicio y su calendario previsto.
- Los requisitos funcionales, creativos y operativos del Evento.
- Las condiciones mínimas de calidad y control de ejecución.
- Las obligaciones de entrega, coordinación y seguimiento.
- Los perfiles profesionales mínimos exigidos.
- Las condiciones relativas a propiedad intelectual, confidencialidad, protección de datos y lugar de prestación del servicio.

El contenido del presente pliego debe interpretarse de forma coordinada con el resto de la documentación del expediente, en particular con el Pliego de Cláusulas Administrativas Particulares (PCAP) y el Informe de Necesidad (IN), prevaleciendo en caso de discrepancia lo dispuesto en este último respecto de la justificación de la necesidad del contrato.

1. OBJETO DEL CONTRATO

El objeto del contrato consiste en la prestación de un servicio de adaptación del diseño del espacio, diseño de producción, y diseño y generación de contenido del evento Talent Arena 2026 (en adelante, el “Evento”) impulsado por FUNDACIÓ BARCELONA MOBILE WORLD CAPITAL FOUNDATION (en adelante, “MWCcapital” o la “Fundación”, indistintamente), que incluirá, como mínimo, los siguientes bloques funcionales previstos en el presente pliego:

1. Reformulación y adaptación del diseño del Evento.
2. Redistribución del espacio según las actividades previstas.
3. Replanteamiento del diseño de producción e identificación de necesidades técnicas.
4. Diseño de identidad gráfica, producción de contenido gráfico y audiovisual.
5. Conceptualización y diseño de la campaña creativa.
6. Generación de la estrategia de comunicación del Evento.
7. Mantenimiento y dinamización de los canales propios del Evento.
8. Coordinación, gestión y seguimiento del proyecto.

La ejecución material de la producción del Evento queda excluida del presente contrato y será objeto de licitación independiente.

1.1 Periodo de ejecución y obligaciones iniciales del contratista

El Evento se celebrará entre el 2 y 4 de marzo de 2026, ambos inclusive, en los términos y condiciones previstos en el presente pliego.

Además, durante los meses previos al Evento, se realizarán actividades de soporte cuya conceptualización, diseño y gestión son objeto del presente pliego.

En este sentido, durante la fase inicial del contrato, el contratista deberá entregar, para su validación por MWCcapital, los siguientes documentos: (a) propuesta gráfica definitiva, (b) plan de comunicación del Evento, y (c) plan de producción y cronograma de ejecución. Estos entregables condicionarán el primer hito de facturación previsto.

1.2 Localización

El lugar de la celebración del Evento y prestación del servicio será la ciudad de Barcelona, siendo la localización exacta el recinto Montjuic - Hall 8 de Fira de Barcelona ubicado en Plaza España de Barcelona.

A efectos de contextualización espacial, se adjunta como **Anexo I** al presente pliego el plano del Hall 8 en formato PDF. Este plano está también disponible en formato .dwg (CAD) para su uso técnico, y podrá ser solicitado expresamente por los licitadores a través de los canales habilitados durante el procedimiento de licitación.

En relación con las actividades asociadas al Evento previas a la celebración de este, se llevarán a cabo igualmente en la ciudad de Barcelona y su ubicación se concretará mediante acuerdo entre las partes con antelación suficiente a la celebración de estas.

1.3 Deber de colaboración con otros agentes

En todo lo relacionado con el objeto del contrato, el contratista deberá colaborar activamente con todos los equipos, entidades, proveedores, subcontratistas o colaboradores que MWCcapital designe para tareas relacionadas con el presente contrato, facilitando la coordinación técnica, el intercambio de información, el acceso a documentación y la compatibilidad funcional y visual de las acciones que se desarrollen conjuntamente.

Esta obligación incluye el respeto a calendarios comunes, normas técnicas compartidas, protocolos de producción o comunicación, y cualquier instrucción necesaria para garantizar la coherencia del conjunto del Evento.

2. CARACTERÍSTICAS Y DESCRIPCIÓN DE LA PRESTACIÓN

Sin perjuicio de los términos en que los licitadores formulen sus propuestas, sin perjuicio de las adaptaciones que MWCcapital pueda introducir, se indican, a continuación, las directrices que deberá cumplir el contratista:

2.1. Relato y concepto principal

Talent Arena es el principal evento europeo dedicado al talento digital, organizado por Mobile World Capital Barcelona como un evento co-located de MWC Barcelona 2026. En éste, por primera vez, profesionales digitales, empresas tecnológicas líderes a nivel mundial e instituciones educativas se reúnen para crear un hub de aprendizaje, networking y crecimiento profesional.

Talent Arena se configura como un evento híbrido dirigido a profesionales digitales y desarrolladores tecnológicos, con el objetivo de posicionar a Barcelona como un punto de encuentro de referencia para los perfiles del sector digital.

El Evento contempla una parte de acceso restringido mediante pago, destinada al público profesional (pro), así como una sección de acceso libre, orientada tanto a profesionales como a perfiles con menor experiencia laboral.

Esta iniciativa busca responder a la demanda creciente de perfiles especializados en desarrollo de *software*, inteligencia artificial, ciberseguridad, nuevas tendencias, *cloud computing* y *management* así como otras disciplinas clave de la era digital, mientras promueve la diversidad y la inclusión en el sector.

La coincidencia con el MWC Barcelona es uno de los elementos que confiere al Talent Arena un valor añadido extraordinario. Esta asociación permite que el Evento se

beneficie del enorme eco mediático y de la participación de empresas tecnológicas, instituciones y expertos que acuden en la ciudad por el congreso mundial de telefonía móvil. Talent Arena comparte fechas y ofrece la posibilidad de acceder el último día del MWC a dicho evento, hecho que facilita que profesionales de múltiples disciplinas puedan pasar de un certamen al otro y ampliar así sus oportunidades de *networking* y formación.

Talent Arena, impulsado por MWCcapital con la colaboración de GSMA, el Ministerio de Transformación Digital y de la función Pública, la Generalitat de Catalunya, el Ayuntamiento de Barcelona, se plantea como un evento innovador e integrador que combina estratégicamente los formatos de feria, congreso y espectáculo en vivo. Su diseño conceptual pone el foco en la creación de un entorno experiencial único, concebido para generar una inmersión total de los asistentes entorno a las nuevas tecnologías. Esta propuesta busca trascender el modelo tradicional de feria, ofreciendo un relato y una puesta en escena capaces de inspirar, conectar y sorprender, y que respondan a las expectativas de un público diverso y exigente.

El Evento transmite la idea de un espacio de exhibición, competición e inspiración, donde la creatividad, la innovación y el conocimiento se celebran como un espectáculo en sí mismos.

Talent Arena no solo es un lugar de encuentro, es un relato colectivo en movimiento que refuerza el posicionamiento de Barcelona como destino global de talento digital. A través de su enfoque experiencial y multisensorial, promueve el aprendizaje continuo, el *networking* estratégico y la atracción de nuevos perfiles, consolidando un ecosistema preparado para afrontar los retos de la economía digital.

Finalmente, Talent Arena genera impacto más allá de las fechas oficiales del Evento; en concreto, el Evento incluye actividades realizadas durante los meses previos para generar interés entre la comunidad, así como la producción y difusión de contenido audiovisual posterior al Evento, con el objetivo de mantener su visibilidad, ampliar su alcance y consolidar su posicionamiento como referente en el ecosistema digital y tecnológico. Todas ellas deben estar alineadas con el concepto principal del Evento, su imagen y marca.

2.2. Necesidades generales del Evento

La configuración y diseño del Evento deberá tener en cuenta los siguientes aspectos generales dando respuesta a todos ellos:

- Evento de modelo de público mixto: Talent Arena 2026 adopta un modelo de acceso mixto, que combina una modalidad de pago dirigida al público profesional (PRO) con una sección de acceso gratuito, orientada tanto a profesionales como a perfiles con menor experiencia laboral.
- Carácter de evento profesional (Público PRO): Talent Arena 2026 se consolidará como un evento de carácter profesional, orientado a desarrolladores con experiencia en el sector tecnológico, con proyección nacional e internacional. En esta edición, el enfoque principal estará puesto en atraer perfiles con trayectoria profesional consolidada, para lo cual se establecerán espacios de acceso restringido mediante la adquisición de entradas específicas.

En este sentido, se plantea la conceptualización y habilitación de zonas PRO, destinadas exclusivamente a profesionales senior del ámbito tecnológico. Estas áreas, claramente diferenciadas y cerradas al acceso general, estarán diseñadas para ofrecer una experiencia de alto valor añadido, adaptada a las necesidades de este colectivo. Su objetivo es facilitar la participación activa de estos perfiles, promover el intercambio profesional en un entorno más cómodo, reservado y propicio para la generación de sinergias dentro del sector.

- Espacios para el público general: con el objetivo de mantener el carácter abierto del Evento, una parte de los contenidos serán accesibles a la audiencia general quien tendrá acceso libre al recinto previo registro. El espacio abierto al público general reunirá los principales contenidos abiertos del Evento, como conferencias, demostraciones, experiencias interactivas, actuaciones y actividades divulgativas. Se priorizará una distribución que favorezca la circulación, la interacción con las propuestas y el descubrimiento espontáneo de contenidos.
- Tipología de asistentes: El Evento contempla las siguientes tipologías de público.
 - a) Público principal de Talent Arena: el Evento se dirige a profesionales seniors con competencias en el desarrollo de tecnología, es decir, profesionales en activo como desarrolladores de software y aplicaciones, ingenieros en ciberseguridad, especialistas en inteligencia artificial y machine learning, expertos en big data y analítica de datos, profesionales en redes y telecomunicaciones, programadores web, etc.

- Años de experiencia: se entiende como profesionales senior aquellos perfiles de desarrolladores con más de 5 años de experiencia en el sector tecnológico.
 - Formación: graduados en disciplinas TIC o con certificaciones profesionales avanzadas derivado de su formación en universidades, bootcamps, centros de formación profesional u otras entidades educativas.
 - Motivo de asistencia: conectar con el ecosistema tecnológico, ampliar sus conocimientos y capacidades a través de la propuesta de valor del Evento, identificar oportunidades de colaboración y mantenerse actualizado con respecto a las tendencias del sector, entre otros.
 - Intereses: desarrollo de tecnología, resolución de problemas complejos y liderazgo de equipos y proyectos tecnológicos e innovación, comunidades de programadores, etc. Están interesados en mantenerse al día con las nuevas tecnologías para profesionalizarse y expandir su red dentro del ecosistema tecnológico.
- b) Asimismo, el Evento se dirige también a segmentos secundarios como empresas TIC y centros de formación con el objetivo de conectar y colaborar con las principales entidades vinculadas con los profesionales del sector tecnológico:
- Empresas TIC: desde startups hasta grandes corporaciones interesadas en visibilizar su marca y captar talento especializado (employer branding).
 - Centros de formación: entidades educativas que desean posicionarse en el ecosistema digital
- c) Por último, hay que destacar que, debido al carácter abierto del Evento, los perfiles recién graduados en disciplinas digitales, provenientes de universidades, bootcamps o centros de formación profesional podrán tener cabida en la zona gratuita de Talent Arena.
- Idioma principal del Evento: El Evento se desarrollará principalmente en inglés, siendo el idioma vehicular tanto del Evento en sí como de las comunicaciones. Asimismo, algún contenido puede desarrollarse puntualmente en castellano y/o catalán y la página web del Evento debe constar en tres idiomas: inglés,

castellano y catalán. Por lo que se deberá incluir servicio de subtitulado y/o transcripción en tiempo real en los casos de los contenidos ofrecidos en los escenarios principales.

- Partners estratégicos: Aunque MWCcapital es el principal impulsor del Evento, GSMA, el Ministerio de Transformación Digital y de la Función Pública, la Generalitat de Catalunya y el Ayuntamiento de Barcelona son colaboradoras en el mismo debiendo tener visibilidad suficiente durante el Evento a nivel de branding, audiovisuales y comunicación, entre otros. Además, el Evento contará con la participación de main partners de MWCcapital, event sponsors y supporting sponsors, y otras tipologías, cuyo rol será especificado por MWCcapital durante la ejecución del proyecto por parte del adjudicatario.
- Cobertura mediática: Dado el impacto del Evento en ediciones anteriores, la gran afluencia de personas, la singularidad de éste, así como su alcance internacional y la presencia de representantes y autoridades destacadas, el Evento contará con la presencia de diferentes medios de comunicación para su cobertura. En consonancia, en su diseño y conceptualización se deberá garantizar un espacio adecuado para entrevistas, declaraciones institucionales y captación de contenido audiovisual, facilitando así la difusión del Evento en medios nacionales e internacionales.
- Accesibilidad: el Evento deberá garantizar la accesibilidad para todas las personas, asegurando un entorno inclusivo y adaptado a diversas necesidades. Se prestará especial atención a la movilidad, considerando espacios acondicionados para personas con movilidad reducida, accesos sin barreras arquitectónicas y personal de apoyo si es necesario.
- Sostenibilidad: De acuerdo con el plan estratégico de MWCcapital, el Evento deberá tener en cuenta la dimensión ambiental, social y económica de la sostenibilidad, incorporando prácticas responsables que minimicen el impacto ecológico, fomenten la inclusión y promuevan un uso eficiente de los recursos.
- Streaming: Dada la vocación híbrida del Evento y su alcance global, se deberá garantizar la emisión en *streaming* de entrevistas o contenido diseñado ad hoc asegurando su accesibilidad en tiempo real y/o en diferido.
- Formato experiencial: El Evento deberá priorizar una experiencia inmersiva y participativa para los asistentes, incorporando elementos interactivos, innovadores y sensoriales que refuercen su posicionamiento como referente en el ámbito digital y tecnológico, y que, al mismo tiempo, lo distingan de otros

eventos del sector. Se fomentará un recorrido fluido y atractivo, con zonas diferenciadas que inviten a la exploración, garantizando la coherencia estética y narrativa en todos los espacios. Asimismo, se deberá tener en cuenta la generación de momentos clave que faciliten la conexión emocional con los públicos objetivo, fortaleciendo el impacto y la recordación del Evento.

2.3. Requerimientos específicos del Evento

El contratista será responsable de definir y detallar las necesidades de producción del Evento en función de la propuesta de adaptación presentada, según el presente pliego, y sin perjuicio de las adaptaciones que MWCcapital pueda introducir en la propuesta técnica presentada durante la licitación. Para ello, deberá identificar de manera precisa y documentada todos los servicios técnicos y logísticos imprescindibles para el correcto montaje, operación y desmontaje del Evento. Cabe señalar que algunos elementos se mantendrán respecto a la edición anterior, mientras que otros requerirán una reformulación.

Esta distinción se especifica de forma clara en el apartado 3.1. del presente pliego (“Reformulación y adaptación del diseño del Evento”), con el fin de orientar adecuadamente el trabajo de planificación. Para facilitar el proceso, en el **Anexo II** a este pliego se incluyen las especificaciones técnicas de la edición anterior, que podrán ser reutilizadas, adaptadas o modificadas según corresponda. Asimismo, deberán contemplarse todos aquellos servicios complementarios que se consideren necesarios para garantizar la adecuada ejecución del Evento, conforme a los estándares de calidad, seguridad y eficiencia exigidos por la entidad contratante.

NOTA: La ejecución material del diseño de producción del Evento no forma parte del objeto de la presente licitación, y será objeto de un procedimiento de contratación independiente, promovido por MWCcapital o la entidad colaboradora correspondiente. En dicho procedimiento podrá valorarse, en su caso, la integración total o parcial del diseño elaborado por el adjudicatario de este contrato, siempre conforme a las necesidades técnicas y operativas del proyecto.

A efectos de orientación técnica y de dimensionamiento, se establece que el importe máximo previsto para la ejecución del plan de producción del Evento será, como referencia, de UN MILLÓN DE EUROS (1.000.000,00 €), IVA no incluido.

Este importe no implica obligación de gasto para MWCcapital ni constituye presupuesto asociado al presente contrato, y se indica únicamente para facilitar el ajuste del diseño y la planificación técnica a los recursos estimados para su futura ejecución.

Finalmente, algunos de los servicios serán exclusivos del espacio Hall 8 y serán provistos directamente por Fira de Barcelona. Algunos de los servicios exclusivos que se enumeran a continuación, a título enunciativo y no limitativo, y que afectan a las necesidades del espacio y el Evento son los siguientes:

- Limpieza y gestión de residuos: gestión del servicio de limpieza diaria del Evento en todas sus fases incluyendo la recogida selectiva y la correcta disposición final conforme a la normativa vigente.
- Servicio médico: presencia de personal sanitario y dotación de primeros auxilios durante todo el Evento.
- Seguridad y control de accesos: coordinación con el plan general de seguridad del recinto, incluyendo acreditaciones, vigilancia y control de entradas y salidas.
- Servicio de extintores: planificación y ubicación conforme a la normativa de seguridad contra incendios.
- Suministro de internet: especificación de necesidades de conectividad, incluyendo potencia requerida, puntos de acceso, cableado estructurado y cobertura del espacio.
- Frecuencias: gestión de frecuencias necesarias para la emisión, retransmisión y comunicación técnica durante el Evento.
- Suministro eléctrico: definición detallada de los puntos de suministro eléctrico necesarios según el diseño y distribución del espacio, considerando montaje, ejecución y desmontaje. Se deberá incluir la planificación de instalación, cableado, potencia requerida y cualquier otro elemento asociado.
- Lead Retrieval: gestión de la captación de leads en los puntos de acceso al espacio para garantizar la lectura de las acreditaciones de todos los asistentes.

Dichos servicios no forman parte del presente pliego ni forman parte del importe máximo previsto para la producción del Evento.

3. DEFINICIÓN DEL CONTENIDO DE LA PRESTACIÓN OBJETO DEL CONTRATO

A continuación, se detallan los trabajos a realizar por el contratista, quien será el responsable de impulsar, coordinar y gestionar todas las tareas que engloben el diseño, conceptualización y coordinación de la ejecución del evento Talent Arena 2026 y, en

concreto, las siguientes **ocho (8) tareas**, que se desarrollan en más detalle en el presente apartado:

1. Reformulación y adaptación del diseño del Evento
2. Redistribución del espacio según las actividades previstas
3. Replanteamiento del diseño de producción del Evento e identificación de las necesidades técnicas
4. Diseño de la identidad gráfica, merchandising y producción de contenido audiovisual del Evento
5. Conceptualización y diseño de la campaña creativa
6. Generación de la estrategia de comunicación
7. Mantenimiento de los canales del Evento
8. Coordinación, gestión y seguimiento del proyecto

Los servicios objeto de este procedimiento se prestarán en las condiciones señaladas, siendo responsabilidad de la contratista disponer de los recursos materiales y humanos necesarios para afrontar los servicios solicitados en cada caso. Todas las tareas descritas en este apartado son de obligado cumplimiento para el contratista, y constituyen condiciones contractuales esenciales.

En todo caso, en aquellos servicios que, de conformidad con las instrucciones indicadas por MWCcapital y/o Fira de Barcelona, sean prestados directamente por éstas últimas o alguno de sus colaboradores, el contratista prestará la colaboración suficiente y necesaria para la efectiva prestación de estos.

3.1. Reformulación y adaptación del diseño del Evento

El contratista deberá hacerse cargo de la reformulación y adaptación del diseño del Evento debiendo dar respuesta, por un lado, a las necesidades generales del Evento identificadas en el apartado 2.2. del presente pliego, generando un espacio singular y único integrado en la arquitectura propia y característica del Hall 8 de Fira de Barcelona (véase Anexo I). Por otro lado, deberá tener en cuenta el diseño de la edición de 2025 del Evento como referencia (véase Anexo II) proponiendo una reformulación y adaptación continuista del espacio en cuanto a diseño y estética.

Asimismo, para llevar a cabo las actividades principales del Evento descritas en el apartado 1.2 del Informe de Necesidad, así como aquellas accesorias que den respuesta a las necesidades del público y sus organizadores durante el mismo, el contratista deberá encargarse de la conceptualización y diseño de las nuevas zonas PRO exclusivas para profesionales integradas en el espacio general del Evento concebido como un espacio único con actividades de acceso libre y de pago, elemento distintivo de la edición de 2026. El contratista deberá introducir las mejoras que se detallen en las

zonas de acceso libre, y plantear la reformulación de los espacios que se señalen respecto a la edición anterior del Evento.

Como mínimo, la reformulación y adaptación del diseño deberán abarcar los siguientes espacios:

a) Espacios abiertos al público general:

- Escenario principal (Stage): Un (1) escenario principal para 500 personas para acoger las ponencias y presentaciones programadas en el marco del Evento.

Este espacio deberá estar correctamente delimitado, ser fácilmente identificable y accesible para los asistentes. Asimismo, deberá disponer de los recursos técnicos y audiovisuales necesarios para garantizar el adecuado desarrollo de las actividades previstas, incluyendo control técnico, iluminación, sonido, proyección y otros elementos que aseguren una experiencia profesional y de calidad. Además, el escenario deberá contar con tarima para garantizar la visibilidad, zonas delimitadas para prensa, personas con movilidad reducida e invitados VIP. La señalización de este espacio deberá ser clara, visible y destacada, dado que constituye uno de los principales puntos de atracción del Evento.

- Escenarios secundarios (Talks): Dos (2) escenarios secundarios, cada uno con capacidad para 150 personas. Estos escenarios deberán ser concebidos como un entorno versátil al contar con distintos formatos de actividades: keynotes, diálogos, charlas, round tables. Para ello, deberán estar equipados con un equipo técnico y una zona de control que garanticen una experiencia profesional y de calidad, incluyendo material audiovisual, iluminación, auriculares para el público, y el material de soporte necesario.

La ubicación del espacio destinado al control técnico deberá situarse en uno de los laterales para no entorpecer el acceso ni la visión del escenario. Además, estos escenarios deberán contar con un sistema de auriculares tanto para la audiencia como para los ponentes, y disponer de una zona versátil que permita a los asistentes permanecer de pie durante la conferencia en caso de gran afluencia. Asimismo, deberán incluir una tarima que garantice la visibilidad por parte de los asistentes.

- Zona Hackathon: Un (1) único espacio para 80 personas que cuente con sillas y mesas de gran formato para trabajo con conexión eléctrica para la carga de dispositivos. Este espacio deberá contar con pantallas de soporte para

realizar presentaciones de los retos y estar debidamente iluminado, delimitado y ubicado por su condición de zona de trabajo. Se trata de un espacio accesible mediante registro previo por parte de los participantes.

- Zona Workshops: Dos (2) espacios, cada uno con capacidad de hasta 100 personas, para realizar talleres formativos y deberán incluir sillas y mesas de gran formato para trabajo con conexión eléctrica para la carga de dispositivos. Estos espacios, diferenciados respecto a la *Zona Hackathon*, deberán contar con pantallas de soporte para realizar presentaciones de los retos y estar debidamente iluminados y ubicados en un espacio preferente dentro del recinto. Estos espacios deben contar cada uno con un sistema de control técnico independiente que garantice la calidad técnica y percepción visual y acústica por parte de los visitantes. Finalmente, y como novedad, estos espacios deberán estar suficientemente separados para que puedan realizarse actividades simultáneas sin que interfieran los unos con los otros y ofrecerles más visibilidad dentro del espacio general.
- Connection zones: En el marco de las actividades de *networking* previstas, se incluyen dos (2) zonas diferenciadas:
 - Link Stations (stands): Este espacio, de nueva creación en cuanto a dimensiones, debe estar compuesto por un total de entre 40 y 50 puntos de información de 9m², cada uno asociado a una empresa participante en el Evento. Estos puntos deberán estar distribuidos en única zona para garantizar que los asistentes los puedan localizar fácilmente y garantizando la visibilidad prioritaria (front row de pasillo) de 7 stands. Estos espacios permitirán a las empresas patrocinadoras presentarse, atender consultas y llevar a cabo acciones de *networking* con los asistentes.

Asimismo, y en relación con este espacio, el contratista deberá encargarse de las siguientes tareas:

- Identificar del número total de stands máximos que puede acoger el espacio teniendo en cuenta los requisitos especificados.
- Diseñar el stand (9m²) con los elementos visuales, estructuras y recursos técnicos que acogerá cada stand. Cada punto de información deberá estar equipado con un mostrador, sistema de almacenaje cerrado, dos sillas altas, una pantalla horizontal de dimensiones adecuadas, superficies en las que aplicar el branding de la entidad y elementos distintivos, entre otros elementos necesarios

para su correcto funcionamiento. Para ello, se recomienda coger como punto de referencia los *infopoints* producidos en las anteriores ediciones de Talent Arena cuyos detalles se encuentran en el Anexo II.

- *Skill Hub*: Zona de trabajo colaborativo con capacidad para 120 personas. El espacio deberá estar debidamente delimitado e incluir mesas de gran formato, así como puntos de conexión eléctrica que faciliten el uso de dispositivos personales por parte de los participantes. Aunque su funcionalidad es similar a la de la Zona Workshops, el *Skill Hub* se configura como un entorno diferenciado, vinculado al patrocinio de una entidad colaboradora. Por ello, deberá incorporar una trasera y una pantalla de apoyo destinadas a la visibilidad de la marca (branding) del *sponsor*.

Ambos espacios (*Link Stations* y *Skill Hub*) deberán contar con sistema de control común e independiente respecto al resto del espacio y deberán integrarse de forma coherente en el diseño general del Evento, respetando los criterios de funcionalidad, accesibilidad y visibilidad, y garantizando una experiencia fluida y significativa para los participantes.

- Welcome Barcelona stand: Espacio tipo stand con una superficie de entre 60 y 80 m², reducido respecto a la edición anterior del Evento, ofrece la posibilidad a entidades organizadoras y colaboradoras de exponer proyectos relacionados con el público del Evento. El espacio deberá integrarse correctamente y diferenciarse de forma evidente en el entorno. El espacio deberá incluir una zona con capacidad para aproximadamente 25 personas destinada a la realización de presentaciones en formato reducido. Además, deberá contemplarse su uso como punto de encuentro para grupos de asistentes, así como espacio de información general sobre el Evento, las entidades organizadoras y la ciudad de Barcelona.

Se deberá asegurar la coherencia estética con el resto del Evento, garantizar la visibilidad institucional de las entidades organizadoras y colaboradoras, y facilitar una experiencia fluida, accesible y atractiva para los visitantes. Finalmente, este espacio deberá ubicarse en una zona fácilmente visible y localizable al acceder al recinto por parte del visitante.

- Coworking zone: Se habilitará una (1) 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 actividades dentro de Talent Arena. Este espacio estará disponible para todos los asistentes y contará con mesas de trabajo compartidas, sillas, puntos de conexión eléctrica, acceso Wifi, etc. La capacidad máxima del espacio deberá ser para 250 - 300 personas aproximadamente debiendo optimizarse al máximo. Este espacio, que contará con un punto de acceso controlado deberá localizarse, en la medida de lo posible, alrededor de un ambiente tranquilo, cómodo, libre de distracciones y debidamente iluminado. Para ello, se recomienda su ubicación en una zona estratégicas del recinto, evitando interferencias con áreas de alta concentración de público y garantizando la adecuada señalización, accesibilidad y confort de los usuarios. Se recomienda mantener la disposición y ubicación del espacio de acuerdo con la edición del Evento de 2025. Finalmente, y dado el rol estratégico del espacio, éste estará sujeto a un patrocinio y será el encargado de la gestión del espacio y su producción (incluida la provisión de mobiliario de soporte).

- Música & food corners(squares): Se establecerá dos (2) zonas diferenciadas de venta de comida y bebida, en las que se incluirá en cada una de ellas un set de DJ que cuente con gran visibilidad dentro de las *squares*, para promover un ambiente distendido y mantener el ambiente festivo del Evento. Estas áreas deberán ofrecer una propuesta gastronómica variada y de calidad, permitiendo a los asistentes disfrutar de una experiencia integral durante su estancia en el Evento. La ubicación de las zonas de restauración deberá distribuirse estratégicamente de forma que cubran adecuadamente el conjunto del espacio y generen la menor interferencia en éste en cuanto a ruido y emisión de humos, teniendo en cuenta criterios de accesibilidad, cercanía a los aseos, y viabilidad logística para su aprovisionamiento, gestión operativa y recogida de residuos. Finalmente, para la conceptualización de estas zonas deberá tenerse en cuenta la inclusión de mobiliario de soporte, así como puntos de conexión eléctrica para la carga de dispositivos. Este espacio puede estar sujeto a colaboraciones con restauradores locales quienes podrán instalar *foodtrucks* o servicios de barra en este espacio junto con su mobiliario de soporte.
- Box de Prensa: espacio dedicado a entrevistas de los medios de comunicación con ponentes u otros perfiles de interés que tendrá que estar acotado, debidamente insonorizado y suficientemente equipado para la retransmisión en directo de contenidos con un espacio de entre 60 m2 para permitir un tiro de cámara suficientemente abierto (con una distancia mínima de 4m2). Este espacio deberá estar ubicado en las proximidades del Stage principal de acceso libre.

- Zonas de descanso: el recinto debe contar, dadas sus características y dimensiones con zonas de descanso distribuidas que deben incluir mobiliario suficiente y contar con un diseño alineado con la estética del Evento. Estas zonas deben situarse alejadas de accesos principales del recinto y de las zonas de principal interés del Evento para evitar aglomeraciones.
- Zona de experiencias tecnológicas: Espacio dedicado a la demostración e interacción con soluciones tecnológicas innovadoras como realidad aumentada, inteligencia artificial, soluciones IoT, o experiencias interactivas vinculadas a diferentes sectores (ciberseguridad, Fintech, etc) que podrán ser patrocinados por distintas empresas según su área de actividad. Este espacio deberá tener la capacidad para incluir entre 7 y 10 experiencias tecnológicas (de 5 m² a 10 m² cada una), que podrán ubicarse en una única zona o en varias, siempre agrupadas por verticales y/o tipología para facilitar su localización. El diseño deberá estar alineado con la estética del Evento y ser adaptable a las soluciones propuestas, tanto por el licitador como por terceros. El espacio contará con los recursos técnicos necesarios para garantizar una experiencia fluida, segura y de alto impacto.
- Zonas temáticas: Talent Arena 2026, como novedad, deberá incorporar dos (2) espacios dedicados a demostraciones relativas a los verticales gaming y robótica. En estos espacios se realizarán, por un lado, presentaciones públicas de pequeño formato (25 personas aprox.), y por otro, contarán con experiencias tecnológicas interactivas. Por lo que estas zonas diferenciadas, deberán contar con mobiliario de soporte y equipos que permitan realizar dichas actividades. En el caso de las experiencias tecnológicas, estas estarán sujetas a colaboraciones, por lo que la gestión del espacio y su producción será a cargo de la empresa colaboradora.
- Zona Hall (acceso principal): Talent Arena 2026 deberá incorporar una instalación destacada en la zona de acceso principal al recinto. Esta instalación actuará como punto de bienvenida para todos los visitantes, ofreciendo una primera impresión atractiva y alineada con la identidad visual del Evento. Su diseño deberá ser impactante y funcional, sirviendo tanto de elemento informativo como de orientación inicial, además de generar una experiencia memorable desde el primer momento sirviendo como elemento visual reconocible y fotograciable.
- Elemento singular: Talent Arena 2026 deberá contar con una instalación central de gran formato ubicada en el hall de entrada principal del Evento.

Este espacio, concebido como un elemento icónico de bienvenida, debe responder a los siguientes objetivos:

- Generar un efecto de espectacularidad, reconocimiento y recuerdo, funcionando como un símbolo visual impactante que represente el espíritu innovador y tecnológico de Talent Arena.
- Actuar como plató de streaming de alta visibilidad y estética potente, diseñado como un escenario profesional que combine funcionalidad y atractivo visual. Este plató será el centro neurálgico de la generación de contenidos en directo (entrevistas, retransmisiones, debates y más), y deberá ser visible e identificable desde distintos puntos del recinto para reforzar su papel protagonista.
- Ofrecer una experiencia inmersiva tanto para el público presencial como para el digital, convirtiéndose en un hito arquitectónico-escenográfico que invite a la interacción y multiplique el contenido espontáneo generado por los asistentes.
- Como referencia, en ediciones anteriores se implementaron formatos emblemáticos con personalidad propia y espectacularidad:
 - Talent Arena 2025: En la edición 2025 se conceptualizó *The Nexus*, un espacio plenamente alineado con la identidad del Evento en forma de templo oriental. Este entorno, de gran impacto visual, se consolidó como uno de los elementos más representativos y emblemáticos de Talent Arena.
 - Talent Arena 2024: 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, además de ir vinculado con el naming del evento “Talent Arena” al ser un espacio de competición.

Para 2026, se deberá plantear una nueva instalación de características similares, capaz de evolucionar el imaginario del Evento y convertirse en el nuevo icono visual de Talent Arena.

b) Espacios de acceso restringidos a profesionales (Espacios PRO):

- Escenario principal PRO (Stage): Un (1) escenario principal con capacidad para 300 personas, reclamo y de uso exclusivo para los asistentes PRO. El espacio deberá disponer de los recursos técnicos y audiovisuales necesarios para garantizar el adecuado desarrollo de las actividades previstas, incluyendo control técnico, iluminación, sonido, proyección y otros elementos que aseguren una experiencia profesional y de calidad. Además, el escenario deberá contar con tarima para garantizar la visibilidad, zonas delimitadas para prensa, personas con movilidad reducida y VIP. La señalización de este espacio deberá ser clara, visible y destacada, y además contar con una apariencia diferenciada respecto al escenario destinado al público general que siga el concepto de exclusividad y esté orientada a un público profesional.
- Escenarios secundario PRO (Talks): Un (1) escenario secundario con capacidad para 150 personas. Este escenario deberá ser concebido como un entorno versátil al contar con distintos formatos de actividades: keynotes, diálogos, charlas, round tables. Para ello, deberá estar equipado con un equipo técnico y una zona de control que garanticen una experiencia profesional y de calidad, incluyendo material audiovisual, iluminación, auriculares para el público, y el material de soporte necesario. La ubicación del espacio destinado al control técnico deberá situarse en uno de los laterales para no entorpecer el acceso ni la visión del escenario. Además, este escenario deberá contar con un sistema de auriculares tanto para la audiencia como para los ponentes, y disponer de una zona versátil que permita a los asistentes permanecer de pie durante la conferencia en caso de gran afluencia. Asimismo, deberá incluir una tarima que garantice la visibilidad por parte de los asistentes.
- Zona Workshop PRO: Un (1) espacio con capacidad de hasta 100 personas, para realizar talleres formativos y deberán incluir sillas y mesas de gran formato para trabajo con conexión eléctrica para la carga de dispositivos. Este espacio, diferenciado respecto a la *Zona Hackathon*, deberá contar con pantallas de soporte para realizar presentaciones de los retos y estar debidamente iluminado y ubicado en un espacio preferente dentro del recinto. Este espacio debe contar con un sistema de control técnico independiente que garantice la calidad técnica y percepción visual y acústica por parte de los visitantes. Finalmente, y como novedad, este espacio deberá estar suficientemente separado para que puedan realizarse actividades simultáneas sin que interfieran con el resto de *Zona Workshop* y ofrecerles más visibilidad dentro del espacio general.

- Vip Lounge: Espacio exclusivo para invitados especiales y aquellas personas con acreditación VIP. Este espacio debe estar habilitado para la realización de visitas institucionales y reuniones privadas con empresas y entidades. Asimismo, el espacio debe contar también con salas mínimamente aisladas acústicamente para realizar reuniones o *meetings* online o áreas de descanso, así como ofrecer servicio de desayuno y merienda para los VIPs. La capacidad máxima del espacio deberá ser para 150 - 200 personas aproximadamente y debe concebirse como un entorno cálido y que genere suficiente intimidad respecto a la actividad del resto del recinto.
- Networking zone PRO: Espacio específicamente diseñado para fomentar el contacto y la interacción entre asistentes. En este entorno se programarán actividades orientadas a generar sinergias entre profesionales, tales como encuentros dirigidos, dinámicas de grupo o sesiones de *speed networking*. El diseño del espacio deberá facilitar la conversación en un ambiente cómodo, accesible y alineado con la identidad visual del Evento, favoreciendo así un entorno propicio para el intercambio de conocimiento y la creación de nuevas oportunidades de colaboración.

A modo de resumen e identificación, se detallan a continuación los espacios que requieren una nueva conceptualización respecto a la edición del Evento de 2025:

- Elemento Singular
- Links Station (Stands)
- Welcome Barcelona Stand
- Zona experiencias tecnológicas
- Zonas temáticas
- Zona Hall
- Networking PRO

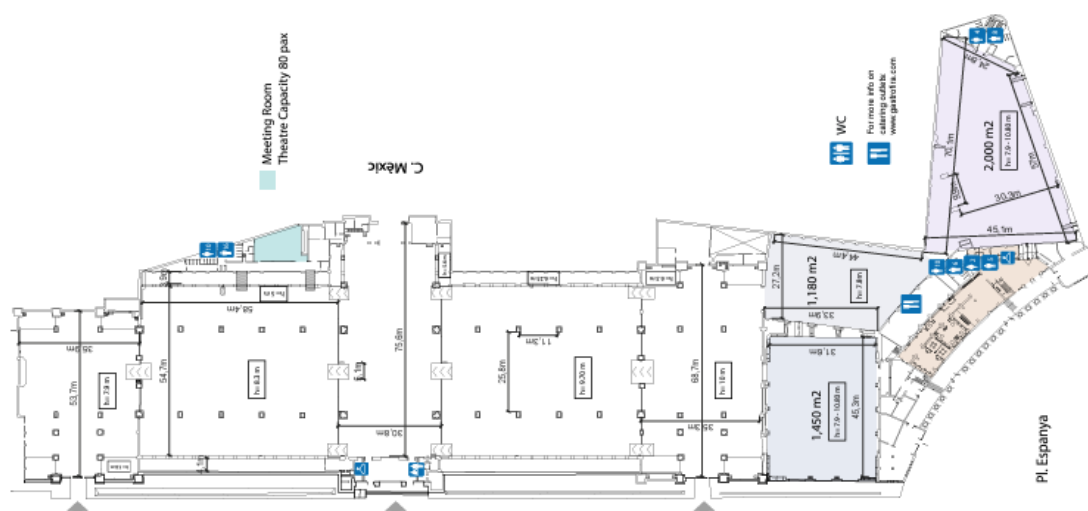
Los espacios identificados como PRO para uso exclusivo de asistentes profesionales deberán integrarse de manera orgánica con el resto de los espacios del recinto si bien contarán con acceso restringido debiendo concebirse como espacios de uso privativo y por lo tanto con accesos que permitan el control. Los espacios PRO deberán, asimismo, mantener la coherencia estética y elementos distintivos que refuercen la idea de exclusividad y singularidad, y, al mismo tiempo, garantizando privacidad respecto a los espacios abiertos al público general.

Finalmente, el espacio deberá contar con zonas habilitadas para el trabajo del equipo, así como una sala de prensa y una zona de *speakers*, que podrán ser ubicadas en las salas disponibles del propio espacio (dentro del Hall 8).

3.2. Distribución del espacio según las actividades previstas

Talent Arena 2026 se celebrará del 2 al 4 de marzo de 2026 en el recinto ferial de Fira de Barcelona en Montjuïc, concretamente en el Hall 8, con una superficie total aproximada de 14.300 m².

A continuación se presenta el plano general del espacio, si bien se incorpora en detalle como Anexo I al presente pliego.



En el siguiente enlace se puede obtener un mayor detalle el plano e información del espacio consultable mediante la herramienta AutoCad, también accesible mediante solicitud expresa por parte de los licitadores a través del canal de comunicación oficial de la licitación:

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

El contratista se encargará de diseñar la distribución de las zonas indicadas en el apartado anterior tomando como referencia la planimetría de la edición de 2025 del Evento (Anexo II), los aspectos de nueva creación y las modificaciones y mejoras propuestas de los espacios existentes. El contratista deberá tener en cuenta el flujo previsto de visitantes, los accesos y salidas del recinto, los puntos de concentración de público, las normativas de seguridad y evacuación, las especificaciones técnicas y arquitectónicas propias del espacio (Hall 8 de Fira de Barcelona) y la identificación de permisos específicos y validación de estructuras en caso de que fuera necesario.

La propuesta del contratista será revisada y validada juntamente con MWCapital, y estará sujeta a posibles modificaciones que esta última considere necesarias para

mejorar la operativa o coherencia general del Evento. Durante este proceso de revisión, el contratista junto con MWCcapital podrá realizar una visita técnica al espacio en caso de que fuera conveniente.

El proyecto técnico y la planimetría resultante de la revisión y modificaciones en caso de que las hubiera podrán formar parte del expediente del procedimiento de contratación correspondiente a la producción del Evento, y constituirán la base de trabajo para la correcta ejecución de dicho servicio.

En cualquier caso, se detallan a continuación algunos aspectos destacados que deben tenerse en cuenta en relación con la distribución del espacio:

- Uso de estancias y salas disponibles en el espacio: El Hall 8 – Montjuic de Fira de Barcelona cuenta con distintas estancias que pueden ser utilizadas durante el Evento como oficina disponible para el equipo organizador y de gestión, así como de área de descanso y acogida de ponentes e invitados especiales o área para prensa. En concreto, se trata respectivamente de la sala Príncipe, la Press Zone y la Sala Cave debidamente señalizadas en el plano del espacio. Se recomienda el uso de estas estancias existentes para la ubicación de las mencionadas zonas.
- Accesos: El Hall 8 – Montjuic de Fira de Barcelona cuenta con tres accesos principales que constan señalizados en el plano aportado. El acceso principal para el público general se encuentra en Av. María Cristina. El acceso prioritario y rápido para staff, ponentes, VIP, PRO y otros perfiles acreditados, se encuentra en Plaza España. Finalmente, para la gestión logística general de carga, descarga, montaje, desmontaje y abastecimiento del espacio, se encuentra ubicado en Calle México. Este acceso dispone de una rampa y está habilitado para el tránsito de vehículos de gran tamaño, facilitando así las operaciones logísticas del Evento.
- Aseos: El espacio cuenta con distintas zonas de aseo ubicadas según se señalizan en el plano adjunto. Estas zonas deben tenerse en cuenta para la ubicación de los espacios detallados y deben ser fácilmente visibles y accesibles por parte de los visitantes.
- Acústica del espacio: El Hall 8 – Fira de Montjuic cuenta con una altura máxima de 15,75 metros en determinadas zonas del recinto, lo cual influye directamente en las condiciones acústicas del espacio. Dado que algunas de las actividades principales del Evento implican el uso intensivo de sonido — como ponencias, actuaciones musicales, experiencias inmersivas o

retransmisiones en directo—, debiéndose tener en cuenta las particularidades acústicas del entorno y prever soluciones técnicas adecuadas que garanticen una correcta audición, eviten interferencias entre zonas y aseguren una experiencia sonora de calidad para los asistentes.

- Iluminación del espacio: El Hall 8 es un espacio versátil que permite diferentes configuraciones de iluminación. Esta deberá adaptarse a la naturaleza diversa de las actividades previstas, combinando funcionalidad, confort visual y ambientación. Será necesario implementar un sistema de iluminación flexible que permita ajustar tanto la intensidad como la temperatura de color, según las necesidades de cada zona —ponencias, exhibiciones, experiencias inmersivas, áreas de descanso, entre otras—. Asimismo, el espacio debe ofrecer la posibilidad de generar condiciones de *blackout* total o parcial, especialmente útil para actividades que requieran oscuridad controlada, como proyecciones o experiencias inmersivas. Se recomienda también incorporar soluciones que minimicen el deslumbramiento, favorezcan la eficiencia energética y potencien la arquitectura del espacio y los elementos expositivos.

3.3. Diseño de la producción del Evento e identificación de las necesidades técnicas

El contratista será el encargado del diseño integral de la producción del Evento, así como de definir de forma detallada de los requerimientos técnicos necesarios para su correcta ejecución teniendo en cuenta la información incluida en el Anexo II.

Cabe recordar que la producción del Evento queda fuera del alcance la presente licitación.

Además, el contratista deberá hacerse cargo de la coordinación de los equipos implicados en el Evento dedicados a la producción y montaje conforme al plan diseñado, secretaría técnica y gestión de ponentes, entre otros.

El diseño de producción deberá estar plenamente alineado con la propuesta de conceptualización general del Evento, garantizando una coherencia estética, funcional y operativa en todos sus aspectos.

Tal como se indica en el presente pliego, la ejecución material del plan de producción del Evento, incluyendo el alquiler y suministro de materiales, contratación del equipo humano, montaje, mobiliario, equipamiento audiovisual y demás recursos técnicos necesarios, no forma parte del objeto de esta licitación y será contratada mediante un procedimiento independiente.

A efectos de dimensionamiento técnico del diseño que el adjudicatario deberá desarrollar, se recuerda que el presupuesto máximo estimado para la ejecución de dicho plan es de UN MILLÓN DE EUROS (1.000.000,00 €), IVA no incluido.

Este importe se indica únicamente como referencia orientativa para el diseño que el contratista debe elaborar, sin que implique obligación de gasto ni vinculación contractual directa en el marco del presente contrato.

Asimismo, se detallan a continuación aquellas zonas del Evento sujetas a límite presupuestario respecto al total global del importe destinado a la producción, importes que deberán respetarse en cuanto al diseño de estas para su posterior ejecución:

| Zona | Límite presupuestario |
|-----------------------------------|-----------------------|
| Elemento singular | 50.000.-€ |
| Link Stations (stands) | 105.000.-€ |
| Welcome Barcelona Stand | 20.000.-€ |
| Zona de experiencias tecnológicas | 10.000.-€ |
| Zonas temáticas | 36.000.-€ |
| Zona Hall | 35.000.-€ |
| Networking PRO | 20.000.-€ |
| VIP Lounge | 30.000.-€ |
| TOTAL | 306.000.-€ |

Además, y tal y como se indica en el apartado 2.3. del presente pliego, algunos servicios serán exclusivos del espacio Hall 8 provistos directamente por Fira de Barcelona y deberá preverse en el diseño de producción la gestión de estos con el propio espacio. A título enunciativo y no limitativo los servicios exclusivos hacen referencia a la limpieza y gestión de residuos, servicio de asistencia médica, seguridad y control de accesos, servicio de extintores, suministro de internet, suministro eléctrico, lead retrieval y contratación de frecuencias.

El contratista será responsable ante MWCcapital del diseño técnico de la producción y la coordinación de la producción del Evento, debiendo desarrollar, como mínimo, las siguientes tareas:

- Identificación de las necesidades técnicas de todo el espacio, incluyendo material audiovisual, equipo técnico y material de soporte, para el desarrollo de las actividades del Evento, teniendo en cuenta los detalles de producción de la Edición de 2025 del Evento (Anexo II), a título enunciativo y no limitativo:

- Equipamiento audiovisual: Identificación del material audiovisual requerido, incluyendo pantallas principales y secundarias (para contenidos, señalética u otros usos), cámaras, proyectores, sistemas de microfonía inalámbrica, altavoces, iluminación técnica, mesas de control, auriculares, equipo para la gestión y operación del contenido en *streaming* y demás equipamiento necesario para el correcto desarrollo de las actividades.
- Personal técnico: Determinación del número y perfil de técnicos y personal asociados necesarios para la operación del equipo audiovisual y la coordinación de los distintos espacios durante el Evento, incluido el *streaming*.
- Mobiliario de soporte: Propuesta y selección del mobiliario de soporte para llevar a cabo las actividades según el diseño de los espacios planteados, tales como, sillas, mesas, sofás, taburetes, mostradores, entre otros.
- Elementos decorativos: Identificación de los elementos decorativos según diseño y conceptualización del espacio que contribuyan a reforzar la identidad visual del Evento y a generar una experiencia inmersiva para los asistentes.
- Elementos estructurales: Identificación de elementos estructurales de soporte como tarimas, gradas, *truss*, entre otros.
- Elementos audiovisuales adicionales: Otros elementos audiovisuales para generar efectos especiales que complementen la atmósfera del Evento según diseño y conceptualización planteado.
- Sistemas de iluminación ambiental: Identificación del material de iluminación necesario para proveer de iluminación adecuada y suficiente de todos los espacios, así como aquellos elementos referentes a la iluminación creativa que favorezcan un clima único y disruptivo para el asistente, como barras de luz, leds y otros elementos similares.
- Sistema de interlocución técnica: Identificación del sistema de comunicación entre el equipo técnico y el equipo de MWCcapital en el Evento a través de *walkie talkie* o similares.

- Elementos de branding y señalización: El contratista deberá diseñar la identidad gráfica del Evento, identificar y proponer los elementos de branding y señalización necesarios para garantizar una cobertura visual coherente, funcional y alineada con la identidad del Evento en el conjunto del espacio.
 - Personal de soporte: Identificación del número y perfil del personal de soporte y de atención al público durante el Evento.
 - Otros materiales complementarios: Identificación de los materiales complementarios a los descritos anteriormente, a título enunciativo y no limitativo, catenarias, moqueta u otros elementos similares.
- Identificación de los servicios y suministros asociados necesarios para la correcta ejecución del Evento:
 - Conectividad: especificación de las necesidades de conectividad, tanto por Wi-Fi como por cable, incluyendo el ancho de banda necesario en función del número de dispositivos previstos.
 - Suministro eléctrico: definición de la potencia necesaria, puntos de conexión y cableado para todas las fases del Evento (montaje, ejecución y desmontaje).
 - Servicios operativos básicos: previsión de necesidades de limpieza y seguridad en coordinación con los servicios exclusivos del recinto.

Finalmente, el diseño de producción deberá tener en cuenta de forma orientativa la guía de organización de eventos sostenibles de la Generalitat de Catalunya y Ajuntament de Barcelona:

- Guía para organización de eventos sostenibles – Generalitat de Catalunya: <https://act.gencat.cat/guia-para-organizar-eventos-sostenibles/?lang=es>
- Guía para organizar eventos sostenibles – Barcelona Turisme – Ajuntament de Barcelona: chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://download.barcelonaturisme.com/1001/MKTG/GuiaEventosSosteniblesBarcelona_ESP.pdf

3.4. Diseño de la identidad gráfica y producción de contenido gráfico y audiovisual de Talent Arena 2026

Respetando el *brandbook* de Talent Arena, que incluye logotipos, tipografías, colores y manual de aplicaciones gráficas recogido en el **Anexo III** (Manual de marca Talent Arena) del presente pliego, el contratista deberá encargarse de la conceptualización y diseño de la identidad gráfica de los distintos elementos visuales del Evento teniendo en cuenta que, el Evento contará con actividades limitadas diferenciadas:

- Actividades de contenido abierto y gratuito para todos los asistentes
- Actividades para profesionales desarrolladores definidos como “PRO” de pago

a) Diseño de la identidad gráfica, señalética y *merchandising* del Evento

La identidad gráfica de la edición 2026 deberá respetar las líneas de identidad visual básicas definidas para la edición de 2025 del Evento (Anexo II) teniendo en cuenta que, una vez realizado el diseño de la identidad gráfica, se podrán desarrollar nuevas derivadas acordes con los espacios de nueva creación si se consideran necesarias. La propuesta gráfica deberá validarse por MWCcapital antes de su implementación.

El contratista deberá desarrollar, como mínimo, las siguientes tareas:

- Diseño y conceptualización de la identidad visual de las zonas PRO de Talent Arena, que, respetando el *brandbook* general de la marca, disponga de elementos diferenciales respecto a la zona general y que proyecte una sensación de aspiracionalidad y profesionalidad acorde a la tipología de asistentes esperados.
- Adaptación del *look&feel* general del Evento a los materiales que configuren la identidad gráfica, así como las estructuras y arquitectura del Evento respetando el branding y la imagen definida en el Anexo III (Manual de marca Talent Arena) de estética tecnológica, colores llamativos, neones, etc. A título enunciativo y no limitativo, la adaptación incluye elementos como, las traseras de los escenarios, mostradores, zona de experiencias, así como elementos de señalética, mapa con las zonas del Evento, etc.
- Diseño de materiales de control y acreditación tanto para la audiencia general, la audiencia PRO, así como otros perfiles (VIP, STAFF, PRESS, entre otros). Estos materiales pueden consistir en la entrada digital, acreditaciones, pulseras o tarjetas de acceso.

- Diseño de elementos de *merchandising* tales como botellas de agua, camisetas, gorras, sudaderas, porta-móviles, elementos de escritorio, etc.

Asimismo, el contratista no será responsable de la impresión de la producción de los materiales diseñados que se han detallado en los puntos anteriores, como la reprografía de los elementos impresos, que se contratará mediante el correspondiente proceso de contratación.

b) Producción y conceptualización de contenidos audiovisuales y streaming

El contratista asumirá la conceptualización y diseño íntegro del contenido audiovisual asociado al evento Talent Arena 2026 que incluye las siguientes tareas:

- Gestión y coordinación del canal de *streaming*. Se cubrirá por *streaming* los contenidos y las entrevistas a ponentes seleccionados y Partners del proyecto a lo largo de los tres días del Evento. Éstos se emitirán a través del canal de *streaming* seleccionado (youtube, twitch, u otros) con un programa diario que podrá tener una duración aproximada de 6 – 8 horas. El canal de *streaming* requiere de una mínima realización, de la cual se encargará el equipo de producción, dónde se incluye la incorporación de un mínimo de dos planos: uno general del directo y, otro, móvil enfocado a la intervención de los entrevistados y/o presentador.

A continuación, se incluye una referencia del contenido realizado en la primera edición del Evento: <https://www.youtube.com/watch?v=81kqmtBt0cl&t=4s>

En relación con la gestión y coordinación del canal de *streaming*, el contratista se encargará, como mínimo, de las siguientes tareas:

- Conceptualización del *streaming* en base a las directrices de MWCcapital y elaboración de la escaleta técnica y audiovisual detallando los tiempos y contenidos de cada segmento del *streaming*.
- Revisión y actualización, si es necesario, del listado de recursos técnicos, mobiliario y attrezzo que deberán ser contratados y contemplados, teniendo en cuenta la experiencia de la edición anterior, por si hubiera alguna novedad o sugerencia a incluir.
- Coordinación de las personas entrevistadas en el *streaming*. La organización proporcionará el contacto y listado de profesionales que intervendrán en el directo y, el contratista será la responsable de coordinar y confirmar su

asistencia en el *streaming* haciendo el seguimiento necesario para la consecución de este fin.

- Coordinación de la persona que actuará como presentador del *streaming* durante la fase de preparación, así como durante el Evento. La selección y contratación del presentador, no es objeto de la presente licitación, siendo MWCcapital la encargada de proveer de dicho profesional.
- Conceptualización y redacción del guion del *streaming* a partir de la información proporcionada por la organización: nombre del entrevistado, empresa en la que trabaja y temática a tratar. A partir de esta información, el contratista trabajará en la redacción del guion a través de las directrices proporcionadas por la organización para que el contenido sea de calidad y acorde a los estándares definidos para ello.
- Identificación de las herramientas tecnológicas como, por ejemplo, la Inteligencia Artificial que permitan la generación de cápsulas y resúmenes breves del *streaming* de la manera más inmediata posible con el objetivo de promover el consumo de este contenido entre la comunidad y seguidores de Talent Arena durante los días de celebración del Evento.
- Diseño del material gráfico y audiovisual necesario para el correcto funcionamiento del *streaming* tales como, creativities con el nombre de los entrevistados, cartelas de transición entre secciones u otros elementos identificados para el *streaming*.
- Regiduría del *streaming* durante los días del Evento que incluye, a título enunciativo y no limitativo, la organización de los ensayos, supervisión del decorado y atrezzo del espacio, coordinación de los tiempos de inicio y finalización del *streaming*, coordinación del equipo de iluminación, sonido y audiovisual, coordinación de los entrevistados y presentador onsite, entre otras funciones. Para ello, se deberá incluir al equipo humano necesario por parte del contratista para desarrollar todas las funciones descritas anteriormente.
- Coordinación de la grabación de ponencias y generación de contenido: El contratista se encargará de coordinar al equipo de producción y asegurar la grabación de todas las ponencias realizadas en los escenarios principales de Talent Arena 2026. Éstas deberán ser grabadas, mínimo con un plano fijo, tanto audio como video. Para ello, la entidad adjudicataria identificará los recursos técnicos y humanos necesarios que deban ser contratados para realizar dicha tarea según se

recoge el presente pliego. A partir del material que a continuación se identifica, el contratista deberá realizar, como mínimo, las siguientes tareas:

- Identificar las 20-25 ponencias más relevantes de todo el panel de contenidos del Evento (ponencias realizadas en los escenarios principales) en función de criterios de notoriedad del ponente, interés de la temática tratada o especialización de ésta.
- Generación de entre 20-25 cápsulas de máximo 60-90 segundos (mínimo una cápsula por ponente, pudiendo generar 2 o 3 cápsulas si se considerara relevante por contenido o ponente), que incluya la extracción de los mensajes claves de la ponencia para la posterior difusión de este contenido en las redes sociales del Evento en formato vertical y/o horizontal. Incluirá, también, una cartelera de entrada y salida en cada una de ellas diseñada por el contratista, así como subtítulos en inglés y una edición mínima de motion y música.

Asimismo, el contratista deberá entregar la totalidad de dichas cápsulas editadas con un máximo de un mes una vez finalizado el Evento. MWCcapital se reserva el derecho de solicitar hasta un máximo de 5 cápsulas con entrega en un período de dos semanas a posterior del Evento, siempre y cuando, las necesidades del proyecto lo requieran en función de la notoriedad de este contenido.

3.5. Conceptualización y diseño de la campaña creativa, identidad visual y verbal de Talent Arena 2026

a) Conceptualización y diseño de la campaña creativa

El contratista será responsable de la conceptualización del concepto creativo integral de la campaña de Talent Arena 2026, desarrollando un *key message* y una visual base que reflejen la evolución del Evento hacia una propuesta más profesional, especializada e internacional, sin perder su esencia inspiradora y disruptiva. Para ello, deberá construirse sobre un concepto que permita proyectar el posicionamiento de Talent Arena.

A continuación, se detallan los aspectos clave a tener en cuenta en el diseño de campaña creativa:

- La campaña deberá servir como vehículo de notoriedad, posicionamiento y conexión emocional, generando un territorio creativo reconocible y coherente con los valores de innovación, comunidad y tecnología humanizada que definen el Evento. Asimismo, debe facilitar la integración de partners y sponsors,

amplificar su impacto en medios y redes sociales, y contribuir a consolidar Talent Arena como un referente internacional entre profesionales del sector y talento tech.

- Talent Arena busca consolidarse como el Evento de referencia en atracción de perfiles profesionales del sector tecnológico y talento digital a nivel europeo. Para ello, se requiere una campaña gráfica con una estética visual potente, actual y diferencial, que dialogue con el universo tecnológico de sus públicos: Gen Z techies, desarrolladores, ingenieros, startups y corporaciones innovadoras.
- La campaña debe integrar referencias y elementos visuales ligados a las **nuevas tecnologías**, con especial énfasis en la inteligencia artificial, el desarrollo de software, el mundo gamer y la cultura digital. Se debe generar impacto orgánico en redes sociales, adaptabilidad a formatos digitales y físicos, y su adecuación al tono fresco, aspiracional y human-tech que caracteriza a Talent Arena.
- Requisitos clave de las creatividades:
 - Creatividades gráficas para medios digitales, redes sociales, soportes físicos y pantallas LED.
 - Narrativa visual cohesionada con el universo del Evento (tecnología, futuro, talento, IA).
 - Posibilidad de adaptar piezas a distintos idiomas (inglés, español, catalán).
 - Entregables en múltiples formatos listos para su activación publicitaria.
- Público objetivo de la campaña:
 - Profesionales seniors con más de 5 años de experiencia en el sector TIC con competencias en el desarrollo de tecnología, es decir, profesionales en activo como desarrolladores de software y aplicaciones, ingenieros en ciberseguridad, especialistas en inteligencia artificial y machine learning, expertos en big data y analítica de datos, profesionales en redes y telecomunicaciones, programadores web, etc.
 - Años de experiencia: se entiende como profesionales senior aquellos perfiles de desarrolladores con más de 5 años de experiencia en el sector tecnológico.
 - Formación: graduados en disciplinas TIC o con certificaciones profesionales avanzadas derivado de su formación en universidades,

bootcamps, centros de formación profesional u otras entidades educativas.

- Motivo de asistencia: conectar con el ecosistema tecnológico, ampliar sus conocimientos y capacidades a través de la propuesta de valor del Evento, identificar oportunidades de colaboración y mantenerse actualizado con respecto a las tendencias del sector, entre otros.
 - Intereses: desarrollo de tecnología, resolver problemas complejos y liderar equipos y proyectos tecnológicos e innovación, comunidades de programadores, etc. Están interesados en mantenerse al día con las nuevas tecnologías para profesionalizarse y expandir su red dentro del ecosistema tecnológico.
 - Se deberá tener en cuenta que la campaña no podrá ser excluyente de targets secundarios como los perfiles más juniors del sector digital como podrían ser los estudiantes, quién debido al carácter abierto de evento, podrían asistir al mismo.
- Premisas a tener en cuenta:
 - Se deberá plantear una campaña de comunicación global de Talent Arena dirigida a perfiles profesionales que incluya mensajes de comunicación y una narrativa que apoye el nuevo posicionamiento del Evento que cuenta con una propuesta de valor nueva a través de las zonas PRO, centrada en los beneficios clave: acceso exclusivo, contenidos de alto nivel, networking cualificado, zona de descanso, beneficios VIP, etc.
 - Utilización de estrategias de comunicación vinculadas al precio de early bird, last chance o descuentos por volumen que se integren en la narrativa.
 - Claridad en los mensajes de ticketing, destacando el acceso preferente a contenidos especializados, speakers, zonas de networking o encuentros.
 - A pesar de que la campaña está orientada al área profesional de pago, también se deberá tener en cuenta en el desarrollo de los mensajes aquellos que pongan en valor el contenido y las experiencias disponibles en la zona abierta de Talent Arena, con el fin de mostrar la propuesta global del Evento. Esta línea de comunicación deberá convivir de manera natural para explicar de forma clara y convincente la dualidad de zonas (gratuito vs. PRO), justificando el valor de pago con transparencia y foco en beneficios.

Para ello, el contratista deberá hacerse cargo de las siguientes tareas:

- Definir una identidad visual y tono de comunicación profesional, con una estética diferencial que destaque dentro del universo de MWC, pero manteniendo la coherencia y singularidad de Talent Arena.
- Aportar riqueza gráfica, artística y originalidad, integrando herramientas innovadoras como la inteligencia artificial para la creación de la imagen gráfica de la campaña y el desarrollo de materiales visuales, siguiendo la línea iniciada en ediciones anteriores.
- Proponer el claim de campaña para 2026, alineado con los valores del Evento y el tagline “WHERE DIGITAL TALENT MEETS”, capaz de resonar entre un público tech y profesional.
- Redactar un messaging framework sólido y escalable, que articule la narrativa general de Talent Arena, adaptado a distintos canales y públicos.

b) Identidad Verbal

El contratista deberá evolucionar el tono de voz de Talent Arena hacia una propuesta más profesional e inspiradora, capaz de conectar con perfiles técnicos y con experiencia, sin perder el carácter dinámico y energético que define al Evento. El contratista se encargará de las siguientes tareas:

- Actualización del tono de voz: clarificar cómo habla la marca, qué atributos lo definen (ej. rigor, proximidad, energía, visión de futuro) y cómo transmitir autoridad sin perder accesibilidad.
- Mensajes ejemplo (6-8): diseñar ejemplos de mensajes aplicables en distintos canales (social media, web, newsletters) que demuestren la versatilidad y consistencia del estilo de comunicación.
- Guía de lenguaje y expresiones (do's and don'ts): establecer recomendaciones claras sobre el tipo de vocabulario y expresiones que deben utilizarse o evitarse, asegurando una coherencia lingüística que refleje profesionalismo, claridad y afinidad con el público tech.

c) Identidad Visual

El contratista se encargará de respetar la identidad gráfica de Talent Arena y, si lo considera oportuno, realizar un trabajo evolutivo con el fin de adaptarse a las necesidades de la campaña ampliando recursos visuales y *guidelines* básicas de la marca.

Se ha tener en cuenta que, para las zonas PRO debe haber una diferenciación visual clara en el espacio, que incluya elementos diferenciales en materiales de comunicación respetando las líneas generales de la marca que transmitan exclusividad, profesionalidad y valor añadido.

Para ello, podrá ampliar la paleta de recursos visuales y normativas gráficas de la marca, introduciendo elementos que refuercen su profesionalismo sin perder su carácter diferencial. Valorar la inclusión de recursos visuales generados con IA o tecnologías emergentes, siempre que aporten valor creativo y conceptual a la campaña.

A continuación, se detallan aquellos componentes visuales que se pueden adaptar o ampliar:

- Paleta cromática extendida: Incorporación de una gama de colores complementarios y que representen el entorno profesional. Uso de acentos de color para señalar exclusividad (por ejemplo: dorado, plata, azul noche o cobre digital).
- Tipografía y jerarquía textual: Mantenimiento de la tipografía principal, pero con variantes de peso o tracking ajustado para las piezas del área PRO, generando un tono más sobrio y ejecutivo. Introducción de composiciones más limpias, con mayor uso del espacio negativo y bloques de texto minimalistas.
- Elementos gráficos y sistemas modulares: Desarrollo de componentes visuales propios del entorno PRO: marcos, badges, iconografía distintiva, microanimaciones, símbolos de acceso restringido, etc. Ejemplos: un identificador visual tipo "PRO Access Only", layouts diferenciados para entrevistas PRO, o marcos visuales que destaquen contenido exclusivo.
- Estilo fotográfico y audiovisual: Selección de un estilo fotográfico más editorial y enfocado en la interacción entre profesionales, evitando el tono lúdico. A modo de ejemplo, y no determinante: Planos más cerrados, luz más controlada, vestimenta más formal o técnica, protagonismo del gesto, la conversación, la escucha activa. El vídeo en el área PRO debe parecer una cápsula profesional: sobria, elegante, íntima.

Para más información, se facilitan los siguientes materiales:

- Manual de marca Talent Arena: Anexo III
- Logotipo y tipografías Talent Arena: **Anexo IV**
- Manual de marca MWCcapital: **Anexo V**

3.6. Generación de la estrategia de comunicación del Evento

Con el objetivo de consolidar Talent Arena como el evento profesional de referencia del talento digital en Europa, el contratista deberá diseñar e implementar una estrategia de comunicación integral, alineada con los valores de la marca y orientada a generar impacto, notoriedad y engagement en todos los canales propios del Evento.

Esta estrategia trabajará en diferentes líneas, que se desarrollaran a continuación en este subapartado:

- Estrategia de comunicación en los canales orgánicos y ganados online y offline
- Estrategia de soporte al Plan de engagement B2B
- Estrategia de soporte a la captación mediante medios pagados

Asimismo, se deberá tener en cuenta 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 MWCcapital.

Esta estrategia deberá contemplar acciones en las tres fases del Evento (antes, durante y después), priorizando el enfoque profesional, técnico y global del proyecto, y adaptando los formatos y mensajes a los perfiles del público que se ataquen y a la narrativa del Evento.

A continuación, se detallan los objetivos generales de la estrategia de comunicación integral:

1. Reforzar el posicionamiento de marca de Talent Arena como evento dirigido a desarrolladores.
2. Generación de una comunidad tecnológica profesional incrementando el número de seguidores en las redes sociales del Evento y la calidad de la comunidad tech.
3. Atraer y activar a una audiencia profesional nacional e internacional.
4. Mantener el *engagement* durante todo el ciclo del Evento.
5. Aumentar el tráfico cualificado hacia la web del Evento y fomentar la conversión a registro.

a) Estrategia de comunicación en los canales orgánicos y ganados online y offline

El contratista se encargará de definir el plan de comunicación de los canales orgánicos y ganados online y offline de Talent Arena, incluyendo, a título enunciativo y no limitativo, las siguientes tareas:

- Diseño de materiales gráficos del Evento y coordinación con el proveedor de producción de aquellos materiales propios de las acciones de comunicación offline como, por ejemplo, carteles, flyers, mupis y/o opis, banderolas o cualquier otro soporte cedido por terceros. El contratista no asumirá el coste de la producción ni el de la distribución de dichos soportes.
- Diseño y redacción de materiales de comunicación asociados al proyecto como dosieres, *decks* comerciales, presentaciones y otros recursos promocionales.
- Diseño de materiales gráficos destinados a comunicar el Evento en los siguientes canales orgánicos y ganados online y offline: redes sociales (Instagram, LinkedIn, Tiktok, X, Youtube, etc), banners, correo electrónico, páginas web del Evento y/o terceros, WhatsApp, etc.

Idiomas:

- El contenido se desarrollará principalmente en inglés, pudiendo incorporar piezas específicas en español y catalán cuando sea necesario para segmentos concretos.
- El material asociado a presentaciones, decks comerciales o dosieres podrán solicitarse en tres idiomas para responder al idioma del público a quién se dirijan.

Para redes sociales, el contratista deberá desarrollar un plan de contenidos para toda la duración del contrato que refleje los valores y el espíritu de Talent Arena, manteniendo la esencia profesional y festiva. Este plan de contenido deberá incluir:

- Número de publicaciones estimado por canal
- Identificar los territorios de marca

Objetivos de las piezas:

- Tipo de contenido generado (video, reels, posts, stories, etc)
- Calendario de publicaciones y recursos

Los canales de comunicación propios de Talent Arena serán los que a continuación se mencionan:

- Instagram: <https://www.instagram.com/talentarena.official>
- Tiktok: <https://www.tiktok.com/@talentarena.official>

- X: <https://x.com/talentarenaofc>
- LinkedIn: <https://www.linkedin.com/showcase/talent-arena-official/>
- Twitch: <https://www.twitch.tv/talentarena>
- Youtube: <https://www.youtube.com/watch?v=ZcdksoTWo-c&list=PLJo1m-nKPVN3ZC1MQenNltSRppISOFPFo>

A continuación, se detallan algunos de los ejemplos de contenidos que se esperan incluir en la edición 2026 abierto a sugerencias y propuestas del contratista para completar el plan e incrementar su impacto:

i.) Fase previa del Evento: notoriedad y captación

- Implementación de campañas de storytelling que destaquen historias inspiradoras de participantes anteriores, ponentes y empresas colaboradoras.
- Producción de contenido interactivo, como encuestas, preguntas y respuestas, concursos y desafíos que fomenten la participación de los seguidores.
- Generación de contenido de posicionamiento que afiance el posicionamiento de marca de Talent Arena con la propuesta de valor de la edición 2026.
- Promoción de contenido táctico sujeto a las líneas de actividad del Evento y a las convocatorias abiertas del mismo, por ejemplo: Hackathon.
- Contenido vinculado a los sponsors del Evento para visibilizar su presencia.

ii.) Durante el Evento: cobertura en tiempo real

- Retransmisión en directo de ponencias clave o entrevistas exclusivas en redes sociales.
- Minuto a minuto en formato story/post de momentos relevantes (keynotes, networking, demos, etc.).
- Producción diaria de contenidos rápidos (foto, vídeo, quotes, reels) para mantener alta la atención del público digital y físico.
- Micro-videos testimoniales de asistentes y empresas en tiempo real (“¿Por qué Talent Arena es clave para ti?”), por ejemplo.
- Contenido enfocado a visibilizar los sponsors durante el Evento

iii.) Fase post Evento: consolidación de la comunidad

- Publicación de cápsulas resumen de las ponencias más destacadas del Evento, según indicaciones detalladas en el apartado 3.4 “Diseño de la identidad gráfica y

producción de contenido gráfico y audiovisual de Talent Arena 2026” del presente pliego.

- Vídeo resumen del Evento con enfoque emocional y profesional, destacando momentos clave.
- Estrategia de retargeting con contenido sobre oportunidades futuras (formación, networking, nuevas ediciones, etc.).
- Cápsulas audiovisuales con contenido generado durante el Evento como, por ejemplo, entrevistas post- Evento con los ponentes, asistentes destacados o empresas Partners, entre otros.
- Informe visual de impacto del Evento (en formato descargable o interactivo) que incluya datos, cifras, testimonios, cobertura mediática, etc.

Las piezas audiovisuales producidas en el marco de Talent Arena 2026 deberán reflejar tanto la esencia profesional y global del Evento como su dimensión inspiradora y dinámica. Deben conectar con una audiencia exigente y especializada, por lo que se requiere un alto nivel de cuidado en la narrativa, la ejecución técnica y la coherencia visual.

Se espera que el contenido audiovisual combine dos tipos de enfoque claramente diferenciados pero complementarios:

- Piezas de posicionamiento de marca: orientadas a construir y reforzar la identidad de Talent Arena como referente internacional en el ecosistema digital. Estas piezas deben transmitir una narrativa potente, alineada con los valores del Evento: innovación, talento, comunidad y proyección internacional. El tono debe ser emocionalmente conectado, inspirador y aspiracional.
- Piezas tácticas: vinculadas a los distintos ejes de actividad del Evento y a las convocatorias específicas (como hackathones, workshops, áreas temáticas, etc.). Estas piezas deben ser ágiles, claras, orientadas a la conversión o participación, con un enfoque directo y funcional.

Todas las piezas deberán diseñarse pensando en una distribución multiplataforma, adaptando su formato, duración y ritmo al canal correspondiente (Instagram, TikTok, LinkedIn, YouTube, etc.), respetando en todo momento el brandbook de Talent Arena y garantizando la coherencia gráfica en todos los outputs.

- Consideraciones a tener en cuenta:
 - Narrativas breves y contundentes, con un mensaje claro en los primeros 3 segundos de reproducción.
 - Duración máxima: 90 segundos

- Formatos vertical y horizontal según canal y ocasión, asegurando una versión optimizada para stories y reels.
 - Integración de recursos visuales e identidad de marca: tipografías, colores, iconografía, logotipos y elementos gráficos del universo visual de Talent Arena.
 - Subtitulado y adaptación lingüística: se podrán incluir subtítulos en inglés como estándar, y versiones en español o catalán cuando sea necesario.
 - Motion graphics y grafismo dinámico: transiciones, microanimaciones e infografías breves que aporten ritmo y claridad, entre otros.
- Volumen estimado de producción: Se estima la producción de entre 70 y 80 piezas audiovisuales durante todo el ciclo del proyecto, entre las que se incluirán:
 - Entre 20 y 25 cápsulas resumen de ponencias, con foco en el valor técnico y profesional de los contenidos presentados.
 - Vídeos testimoniales con asistentes y representantes de empresas.
 - Clips breves para social media con frases clave o momentos destacados.
 - Piezas de promoción y recap general del Evento con narrativa emocional.
 - El contratista deberá realizar como mínimo el material del plan de contenidos que a continuación se detalla:
 - Plan de respuesta y gestión de la comunidad online: interacción diaria, moderación, activación de conversaciones relevantes.
 - Social Media Toolkit: plantillas, estilo gráfico, tone guidelines, hashtags oficiales, recomendaciones de uso para patrocinadores y aliados.
 - Material editable para terceros: creatividades personalizables para sponsors, partners, ponentes y centros educativos, entre otros.
 - Desarrollo de mensajes específicos (mensajes y creatividades) para los canales de Talent Arena como, por ejemplo, e-mailings, web, notificaciones push, redes sociales, etc.

b) Estrategia de soporte al Plan de engagement B2B

El contratista deberá dar soporte a MWCcapital en la implementación del plan de engagement de Talent Arena que se articulará a través de encuentros relacionales durante la fase previa a la celebración del Evento dirigidos a:

- Empresas TIC: desde startups hasta grandes corporaciones interesadas en visibilizar su marca y captar talento especializado (employer branding).
- Comunidades de developers: organizaciones, colectivos o foros activos en áreas de especialización tecnológica como programación, ciberseguridad, DevOps, etc.

- Clúster, asociaciones empresariales y hubs tecnológicos.
- Centros de formación: entidades educativas (universidades, bootcamps, centros de formación profesional u otras entidades) interesados en posicionarse en el ecosistema digital.

Estos encuentros tienen el objetivo de:

- Posicionar Talent Arena entre el ecosistema tecnológico profesional.
- Establecer sinergias con entidades claves que permitan involucrar a comunidades de desarrolladores y profesionales tecnológicos.
- Atraer asistentes profesionales al Evento.

Características de los encuentros:

- Temáticas: se enfocarán en verticales de contenido relevantes para las comunidades de desarrolladores.
- Localización: se llevarán a cabo en Barcelona y Madrid.

En concreto, el contratista deberá llevar a cabo las siguientes tareas:

- Identificación de las entidades claves del plan de *engagement* para involucrar a las comunidades, individuos o grupos específicos, identificando previamente quiénes son los más influyentes o relevantes para el éxito del plan.
- Soporte a la conceptualización y diseño general de los encuentros: incluyendo la estructura y escaleta de los encuentros, así como la propuesta de identidad visual, ambientación y experiencia del asistente. Los encuentros podrán contener contenidos inspiradores (charlas, paneles, demostraciones) alineado con las temáticas del Evento y necesidades de las comunidades de desarrolladores, garantizando que los contenidos sean relevantes y atractivos.
- Sugerencias de localización y soporte a la gestión de espacios: podrá proponer espacios adecuados para la realización de los encuentros, que cuenten con la infraestructura técnica necesaria (audio, vídeo, conectividad, mobiliario, etc.) y estén ubicados en zonas accesibles de la ciudad. Los espacios deberán ser preferentemente singulares y distendidos donde los asistentes puedan reunirse, compartir conocimientos y hacer networking. MWCcapital asumirá la contratación de los espacios, así como la producción y provisión de servicios de catering (comida y bebida), a partir de las condiciones previamente acordadas por el contratista.

- Diseño de materiales gráficos y de comunicación: Desarrollo de los materiales gráficos producidos para el Evento, así como materiales de difusión para promocionar los encuentros a través de redes sociales, correo electrónico, web y/o otros canales propios o de terceros de las comunidades implicadas.
- Presentaciones institucionales: Elaboración y actualización de las presentaciones que se utilicen de apertura y cierre de cada encuentro, con el objetivo de dar visibilidad a Talent Arena y posicionar su propuesta de valor entre los públicos objetivos.
- Soporte técnico y coordinación logística: El contratista deberá encargarse de dar soporte a la coordinación técnica y operativa de cada sesión, asegurando el correcto funcionamiento del equipamiento audiovisual, la atención de ponentes, la gestión de tiempos y la resolución de incidencias. El contratista debe asegurar un entorno profesional y eficiente que permita a los asistentes disfrutar plenamente de la experiencia.

c) Estrategia de soporte a la captación mediante medios pagados

Dentro del marco de la estrategia de comunicación integral de Talent Arena 2026, el contratista asumirá un rol consultivo y estratégico de soporte al plan de captación de asistentes a través de canales de pago, con un enfoque prioritario en el público profesional (70%) y secundario en perfiles generalistas (30%).

Este rol se articulará en tres (2) grandes ejes de actuación:

- **Consultoría estratégica y propuesta de valor**
El contratista deberá ejercer un papel activo como asesora en el diseño del plan de captación, aportando:
 - Recomendaciones sobre los canales de pago y segmentaciones más adecuados para impactar a perfiles técnicos y profesionales (como desarrolladores, perfiles DevOps, ciberseguridad, etc.), así como audiencias estratégicas a nivel nacional e internacional.
 - Sugerencia de ideas creativas, formatos y mensajes adaptados al perfil profesional de la audiencia objetivo, asegurando un tono riguroso, atractivo y alineado con la narrativa global del Evento.
- **Apoyo en la generación, adaptación y entrega de materiales**
Como parte de este soporte, el contratista será responsable de:
 - Soporte en la adaptación y entrega de materiales gráficos y audiovisuales necesarios para las campañas de visibilidad pagadas o la identificación

de mejoras gráficas, garantizando coherencia visual y narrativa con el universo gráfico de Talent Arena.

- La identificación de necesidades adicionales de contenido para asegurar una correcta cobertura de los distintos públicos objetivo.

Este soporte permitirá reforzar la coherencia entre la narrativa del Evento, los objetivos de captación y los canales activados, asegurando que Talent Arena 2026 consolide su posicionamiento como el evento de referencia del talento digital en Europa.

3.7. Mantenimiento de los canales del Evento

El contratista será responsable del mantenimiento, actualización y dinamización de los principales canales digitales de Talent Arena 2026 durante toda la duración del contrato, incluyendo el mes posterior a la celebración del Evento. Esta gestión deberá llevarse a cabo de manera proactiva, estratégica y alineada con los objetivos de posicionamiento, engagement y conversión establecidos para esta edición.

a) Redes sociales: publicación, dinamización y social listening

El contratista asumirá las funciones de community management y social listening, garantizando una presencia activa, cuidada y reactiva de Talent Arena en sus canales sociales. Las tareas incluirán, como mínimo:

- Publicación de contenidos en base al plan de contenidos definido, adaptando tono, formato y mensaje a cada plataforma (LinkedIn, Instagram, TikTok, X, YouTube).
- Gestión de la comunidad online: interacción diaria con la audiencia, resolución de dudas, moderación de comentarios, activación de conversaciones relevantes.
- Detección de oportunidades y alertas a través de herramientas de social listening para monitorizar menciones, evaluar el sentimiento de la comunidad y detectar tendencias o temas de interés durante el Evento.
- Dinamización en tiempo real durante los días del Evento para fomentar el engagement y amplificar el impacto de las actividades presenciales.
- Elaboración de un informe de cierre de redes sociales con análisis de métricas, principales aprendizajes y recomendaciones de mejora para futuras ediciones.

b) E-mail marketing: mantenimiento y actualización de contenidos de e-mailing

El contratista gestionará el entorno de e-mailing del Evento a través de la plataforma HubSpot, garantizando una correcta planificación, redacción, diseño y envío de las comunicaciones a las distintas audiencias del proyecto. Las tareas contempladas son:

- Redacción de copies para campañas de email en tres idiomas (castellano, catalán e inglés) para enfoques promocionales, informativos, convocatorias, confirmaciones y recordatorios.
- Diseño y maquetación de las piezas gráficas y plantillas asociadas a cada envío.
- Carga y programación de los contenidos en la plataforma HubSpot.
- Revisión y optimización de workflows automatizados de comunicación (registro, seguimiento, retargeting, etc.).
- Soporte en la generación de landing pages para los diferentes segmentos de Talent Arena.
- Supervisión de métricas clave de apertura, clics y conversión, proponiendo ajustes cuando sea necesario para mejorar el rendimiento de los envíos.

c) Web: gestión de contenidos, diseño y mantenimiento

El contratista será responsable de mantener actualizada la web oficial de Talent Arena a través del CMS Wordpress, asegurando la calidad y consistencia del contenido en sus tres idiomas (catalán, español e inglés), así como una experiencia de usuario coherente con la imagen del Evento. Las tareas incluirán:

- Selección y desarrollo de contenido visual: imágenes, gráficos, vídeos y otros elementos gráficos adaptados a la estructura de la web.
- Creación del relato web: generación de copies en tres idiomas y mensajes alineados con la narrativa del Evento y su enfoque profesional.
- Actualización constante del contenido en tres idiomas según evolucione la programación, agenda, ponentes, convocatorias o cualquier otra sección relevante.
- Diseño y asesoramiento sobre la arquitectura de contenidos de la home y secciones clave, incorporando módulos visuales y referencias a ediciones anteriores.
- Coordinación con el equipo técnico de MWCcapital para la integración de contenidos y funcionalidades adicionales.
- Implementación de herramientas analíticas (como Google Analytics) para el seguimiento de KPIs y tráfico.
- Propuesta de mejoras orientadas a la conversión, incluyendo la optimización de los flujos de registro y UX general.

3.8. Coordinación, gestión y seguimiento del proyecto

El contratista será el encargado de la coordinación, gestión y seguimiento de los trabajos, conforme a la propuesta presentada, y, en todo caso, bajo la estricta supervisión y completo control de MWCcapital.

En este sentido MWCcapital podrá realizar todos aquellos cambios e incorporaciones que considere oportunos en la propuesta presentada por el contratista para la correcta ejecución del Evento.

A continuación, se detalla la relación de los servicios y tareas de coordinación, gestión y seguimiento a realizar por el contratista:

- a) Revisión conjunta con MWCcapital de la propuesta de conceptualización, diseño gestión de la producción y generación de contenidos para materializar una propuesta definitiva una vez formalizado el contrato. Así, en el plazo no superior a cinco (5) días hábiles desde la última reunión con MWCcapital, el contratista deberá presentar un dossier completo en el que se describa la propuesta definitiva incluyendo las modificaciones, validaciones y proposiciones requeridas por MWCcapital, así como un calendario de las actuaciones a desarrollar en atención a los hitos de ejecución señalados en el presente pliego.
- b) Realizar cuantas reuniones de seguimiento sean requeridas por MWCcapital durante la vigencia del contrato con el objetivo de debatir, desarrollar y revisar aspectos relacionados con su ejecución y visitas técnicas en el espacio. Estas reuniones deberán contar obligatoriamente con uno o varios representantes del contratista.
- c) Coordinación y supervisión de la operativa de los equipos, proveedores, organizadores y partners implicados en la ejecución del Evento, asegurando una respuesta eficaz a las necesidades descritas en la propuesta presentada y previamente validada por MWCcapital. A título enunciativo y no limitativo estos equipos son producción y secretaría técnica. Esta coordinación deberá llevarse a cabo de forma transversal durante todas las fases del evento: conceptualización, preproducción, producción, ejecución y cierre, garantizando la correcta implementación del plan diseñado y la coherencia en todos los procesos.
- d) Selección, provisión y coordinación del equipo humano necesario para la realización de los servicios objeto del presente pliego.
- e) En cuanto a la ejecución del Evento, el adjudicatario deberá proveer del soporte necesario y requerido durante las fechas de montaje, operación y desmontaje

del Evento, incluido la custodia, traslados y almacenamientos de la producción gráfica del Evento.

- f) Coordinación y recogida de datos de los proveedores implicados en la ejecución del proyecto que puedan ser incluidos en el informe de cierre que se detalla en el apartado 8 del presente pliego.

Se requiere de un equipo técnico adecuado correctamente dimensionado en formación y volumen para cumplir estas funciones y, teniendo en cuenta que, durante los dos meses previos al Evento (enero y febrero) el volumen de comunicaciones se incrementa considerablemente y se requiere de un esfuerzo adicional en el equipo para cumplir los objetivos y tiempos del proyecto (en particular, por lo que hace al mantenimiento de los contenidos de la web y la generación de creatividades gráficas para el Evento, vinculadas, por ejemplo, a las cartelas de las sesiones).

NOTA: Las propuestas técnicas que el contratista haya presentado en fase de adjudicación (incluidas las relativas a la conceptualización general del Evento, identificación de actividades y/o localizaciones complementarias, distribución del espacio, diseño y gestión de la producción, adaptación de la imagen gráfica, campaña creativa, plan de comunicación, cronograma orientativo y equipo propuesto) no tendrán, en ningún caso, carácter vinculante para MWCcapital.

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

Esta previsión se entiende sin perjuicio de los compromisos incluidos en los criterios automáticos de adjudicación (sobre 3) que hayan sido objeto de puntuación y, conforme al artículo 145.2.d) de la LCSP, se integren en el contenido contractual.

4. CONTROL DE CALIDAD Y SUBSANACIÓN

MWCcapital podrá supervisar el desarrollo del contrato en cualquier fase e instar al contratista a subsanar, modificar o corregir entregables que no se ajusten a lo establecido en el presente pliego, sin que ello suponga modificación contractual ni derecho a compensación adicional, siempre que no altere sustancialmente el alcance del servicio.

El contratista deberá aplicar dichas correcciones en los plazos que se indiquen y con la diligencia debida. El incumplimiento reiterado de esta obligación podrá dar lugar a la imposición de penalidades o a la resolución anticipada del contrato.

5. IDIOMA DEL SERVICIO

El idioma del servicio será, con carácter general, el catalán o el castellano, de acuerdo con las preferencias que determine MWCcapital para cada tipo de entrega o interacción.

Los informes, entregables escritos y documentación asociada al contrato deberán presentarse en catalán o castellano, según se indique expresamente por MWCcapital. En caso necesario, determinados materiales podrán requerirse en inglés u otros idiomas, sin que ello suponga coste adicional para MWCcapital.

Las presentaciones orales, reuniones o comunicaciones con los agentes implicados en el proyecto se desarrollarán en catalán o castellano, conforme a la preferencia de los participantes, y cuando se requiera, en inglés.

6. 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 de este.

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 los aportará directamente la entidad adjudicataria o a través de terceros, en cuyo caso respetará los términos plasmados en este pliego técnico y el PCAP.

Para la correcta prestación de los servicios, el contratista deberá asignar, como mínimo, un equipo con los perfiles detallados a continuación, que coordinarán las tareas principales del proyecto. Esta estructura mínima no excluye la obligación de contratar todo el personal adicional, ya sea técnico, operativo o de soporte, que resulte necesario para garantizar la ejecución integral y satisfactoria de los servicios objeto de la presente licitación. A título enunciativo y no limitativo, el personal técnico, operativo o de soporte puede consistir en: un/a diseñador gráfico senior, un/a *community manager*, un/a *copywriter*, un/a técnico/a especialista en *motion*, entre otros.

A continuación, se detallan los perfiles principales:

Un/a Director/a de proyecto

Este recurso deberá establecerse para toda la duración del contrato, y sus funciones principales serán:

- a) Gestión integral del proyecto asegurando el cumplimiento del contrato, los plazos señalados y cronograma establecido;
- b) Gestión de la contratación y coordinación del personal dedicado al proyecto;
- c) Coordinación de los proveedores, partners, organizadores del Evento en colaboración con MWCcapital;
- d) Asistencia en la contratación de suministros necesarios para el óptimo funcionamiento del espacio;
- e) Participar activamente en todas las reuniones de planificación y coordinación con proveedores, colaboradores y organizadores en las que se le convoque;
- f) Resolución de los posibles problemas de gestión, garantizando el correcto funcionamiento de las actuaciones que se lleven a cabo durante los días del Evento en el espacio;

En este sentido, para la correcta prestación de los trabajos, este perfil profesional deberá ser un perfil técnico o profesional equivalente, con conocimiento y experiencia profesional de, al menos, ocho (8) años en: (a) diseño y producción de espacios expositivos en ferias o eventos y, en especial, los de carácter tecnológico; (b) diseño de comunicación y branding para eventos; y (c) gestión de equipos.

El director del proyecto será el responsable de organizar el equipo de trabajo que considere para proveer de las necesidades plasmadas en la presente licitación. Esta persona deberá estar localizable durante todas las fases del Evento y estar presente en el momento de la ejecución de este.

Un (1) Director/a creativo/a:

Este recurso deberá establecerse para toda la duración del contrato, y sus funciones principales serán:

- a) Liderar la conceptualización, creación y diseño del Evento, en estrecha colaboración con el/la Director/a del Proyecto;
- b) Desarrollar la identidad visual y narrativa del Evento, alineando todos los elementos creativos con los objetivos y valores de MWCcapital;
- c) Supervisar y coordinar los trabajos de diseño gráfico, escenografía, elementos audiovisuales y demás recursos creativos implicados;
- d) Asegurar la coherencia estética y comunicativa de todos los elementos que conformen el Evento, desde la fase de diseño hasta su ejecución;
- e) Participar activamente en las reuniones de planificación y coordinación con proveedores, colaboradores y organizadores, aportando la visión creativa del proyecto;
- f) Realizar propuestas innovadoras que garanticen una experiencia atractiva, inclusiva y tecnológicamente relevante para todos los públicos del Evento;

Este perfil deberá contar con una formación en diseño, comunicación visual, dirección artística o disciplinas afines, y acreditar una experiencia profesional mínima de cinco (5) años en (a) conceptualización y diseño de espacios y experiencias creativas en eventos de carácter tecnológico, cultural o institucional; (b) dirección de equipos creativos y coordinación de proveedores en proyectos de alto impacto; y (c) desarrollo de estrategias de comunicación visual y branding para entornos experienciales.

Un/a (1) Ejecutivo/a senior de producción:

Este recurso deberá establecerse para toda la duración del contrato, y sus funciones principales serán:

- a) Definir y diseñar las necesidades de producción del Evento en coordinación con el/la Director/a de Proyecto y el/la Director/a Creativo/a, asegurando que las propuestas creativas sean técnicamente viables y respondan a los objetivos del proyecto;
- b) Establecer los requerimientos técnicos, suministros necesarios, aspectos logísticos y operativos imprescindibles para la correcta ejecución del Evento y todos sus espacios, detallando especificaciones que guíen el trabajo del contratista de la producción;

- c) Realizar el seguimiento y supervisión técnica del desarrollo de la producción, velando por el cumplimiento de los estándares de calidad, plazos y coherencia con el diseño original;
- d) Actuar como interlocutor técnico de la entidad encargada de la producción, resolviendo dudas, ajustando requerimientos y validando soluciones propuestas, sin asumir funciones de ejecución directa;
- e) Garantizar que todos los elementos técnicos estén alineados con los criterios de seguridad, accesibilidad, sostenibilidad y experiencia de usuario definidos por el proyecto;
- f) Participar en visitas técnicas, pruebas y revisiones, así como en reuniones de coordinación con el resto de agentes implicados;

Este perfil deberá contar con formación en producción de eventos, ingeniería, arquitectura o áreas afines, y acreditar una experiencia profesional mínima de cinco (5) años en (a) diseño y planificación de producciones técnicas en eventos culturales, tecnológicos o institucionales; (b) interlocución con equipos de producción externa y proveedores técnicos; y (c) redacción de memorias técnicas, briefing de necesidades y control de calidad en entornos colaborativos.

Un/a (1) Ejecutivo/a Senior de Comunicación y Marketing:

Este recurso deberá establecerse para toda la duración del contrato, y sus funciones principales serán:

- a) Definir, desarrollar e implementar la estrategia global de comunicación del Evento, en coordinación con el/la Director/a Creativo/a y Director/a del Proyecto y MWCcapital;
- b) Garantizar la coherencia del mensaje, tono y estilo en todas las piezas de comunicación, canales y formatos utilizados antes, durante y después del Evento;
- c) Gestionar la coordinación con equipos internos y proveedores externos de comunicación, redacción, diseño gráfico y audiovisual, garantizando el cumplimiento de los calendarios, entregables y estándares de calidad del Evento;

- d) Coordinar la creación y supervisión de contenidos (textuales, gráficos, audiovisuales y digitales) para su difusión en los diferentes canales, incluyendo redes sociales, medios de comunicación, notas de prensa y materiales promocional;
- e) Asesorar en la definición de mensajes clave y discursos institucionales, asegurando su adecuación a los objetivos del Evento y al posicionamiento estratégico de MWCcapital;
- f) Participar activamente en las reuniones de planificación y coordinación para integrar la comunicación como parte transversal del diseño y ejecución del Evento;

Este perfil deberá contar con formación en comunicación, periodismo, relaciones públicas o disciplinas afines, y acreditar una experiencia profesional mínima de ocho (8) años en: (a) diseño y ejecución de estrategias de comunicación para eventos de gran escala y alta visibilidad, preferiblemente en los sectores tecnológico, institucional o cultural; (b) coordinación de equipos de comunicación y agencias externas; y (c) gestión de relaciones con medios y portavocía institucional.

Si por razones ajenas a la empresa se requiere la sustitución del personal adscrito al firmar el contrato, esta 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.

Este personal dependerá exclusivamente del contratista, 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 el contratista, 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.

El contratista 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.

El contratista 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.

7. LUGAR DE TRABAJO

La prestación de los servicios objeto del contrato se realizará, con carácter general, de forma remota desde las dependencias del contratista, en modalidad virtual o telemática.

No obstante, siempre que así lo requiera MWCcapital, el personal del contratista deberá asistir a reuniones presenciales o sesiones de trabajo en las oficinas de MWCcapital, con el fin de facilitar la coordinación y supervisión de los trabajos.

Durante el desarrollo del evento Talent Arena 2026, que tendrá lugar los días 2, 3 y 4 de marzo de 2026, así como durante los días de montaje previo y desmontaje posterior, el equipo del contratista deberá prestar sus servicios de forma presencial en el recinto de Fira de Barcelona – Montjuïc, Hall 8, lugar en el que se desarrollarán las actividades programadas. La presencialidad en estas fases será obligatoria para los perfiles implicados en la ejecución directa de las tareas del Evento.

8. INFORME FINAL

El contratista deberá elaborar un informe final de cierre y valoración del servicio una vez finalizado el evento Talent Arena 2026, a efectos de análisis, documentación y mejora de cara a futuras ediciones.

Se distinguen dos (2) niveles de entrega:

a) Informe intermedio (criterio de mejora técnica)

Si el adjudicatario ha obtenido puntuación en el criterio automático relativo al informe intermedio, deberá entregar dicho documento conforme a los términos ofertados (por

ejemplo, en 10, 15 o 20 días hábiles desde la finalización del Evento), y su contenido incluirá:

- Valoración preliminar de la ejecución general.
- Propuesta de mejoras operativas y estratégicas.
- Análisis de KPIs parciales y observaciones relevantes.

Este informe será de carácter evaluable a efectos de adjudicación y pasará a formar parte de las obligaciones contractuales si ha sido ofertado como mejora.

b) Informe final obligatorio (no puntuable)

De forma obligatoria y con independencia de que se haya presentado un informe intermedio, el contratista deberá entregar un informe definitivo de cierre, que incluirá:

- Una memoria descriptiva de ejecución del servicio.
- Un balance general del desarrollo del Evento.
- Una valoración cualitativa global, incluyendo aspectos organizativos, operativos y de coordinación.
- Resultados finales de comunicación y difusión.
- Evaluación de los indicadores de seguimiento y KPIs definidos con MWCcapital.

El plazo máximo para la entrega de este informe será el 17 de abril de 2026, sin perjuicio de que el adjudicatario haya asumido un compromiso de entrega anticipada, en cuyo caso será exigible el plazo ofertado, conforme a lo establecido en el artículo 145.2.d) de la LCSP.

El informe deberá entregarse en un único dossier en formato digital (PDF editable o equivalente), enviado al equipo de MWCcapital responsable del contrato. Asimismo, el contratista deberá organizar una reunión de presentación de resultados en la misma semana de la entrega, con el fin de compartir conclusiones y formular recomendaciones.

Los plazos establecidos deberán cumplirse incluso si coinciden con días festivos, salvo que se indique expresamente lo contrario.

9. CONFIDENCIALIDAD

Los licitadores, y en su caso el contratista adjudicatario, deberán guardar la más estricta confidencialidad respecto a toda la información, documentación, datos, materiales, contenidos y comunicaciones a los que pudieran tener acceso durante la preparación de su oferta, el desarrollo del procedimiento de licitación y, especialmente, durante la ejecución del contrato y con posterioridad a su finalización, sin límite temporal.

Esta obligación se extenderá a:

- Datos de carácter personal y documentación protegida por normativa de protección de datos.
- Información técnica, estratégica o económica no pública de MWCcapital.
- Know-how, contenidos inéditos, materiales de diseño, ideas creativas, campañas o estrategias generadas o compartidas en el marco del contrato.
- Cualquier dato, comunicación o documento relativo a GSMA, Fira, o terceros colaboradores, así como a empresas participantes o patrocinadoras del evento.
- La imagen, marca y contenidos relativos a Mobile World Capital, Talent Arena, y demás marcas gestionadas o promovidas por la Fundación.

Se entenderán como confidenciales todos aquellos datos o informaciones no divulgados públicamente por MWCcapital, aunque no hayan sido marcados expresamente como tales.

El contratista se compromete a:

- Adoptar todas las medidas necesarias para proteger dicha información, incluyendo las relativas a sus empleados, subcontratistas o terceros involucrados en la ejecución del contrato.
- No reproducir, divulgar, explotar ni utilizar dicha información para ningún fin distinto al estrictamente relacionado con el objeto del contrato, salvo autorización expresa y por escrito de MWCcapital.
- Restituir, destruir o eliminar dicha información cuando así lo requiera la Fundación, y no conservarla salvo obligación legal o autorización expresa.

El incumplimiento de esta condición podrá ser considerado incumplimiento grave, sin perjuicio de las responsabilidades civiles, administrativas o penales que pudieran derivarse.

10. PROTECCIÓN DE DATOS

El contratista se compromete a cumplir con todas las normativas aplicables en materia de protección de datos personales, incluyendo el Reglamento (UE) 2016/679 (RGPD) y

la Ley Orgánica 3/2018, de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales (LOPDGDD).

Durante la ejecución del contrato, el contratista podrá tener acceso a datos personales por cuenta de MWCcapital, que actuará como responsable del tratamiento, por lo que el contratista tendrá la condición de encargado del tratamiento, conforme al artículo 28 del RGPD, salvo que las partes acuerden otra relación jurídica distinta.

El contratista:

- Sólo tratará los datos personales conforme a las instrucciones documentadas de MWCcapital, y no los utilizará para fines propios ni los comunicará a terceros sin autorización previa y por escrito.
- Garantizará la confidencialidad del personal autorizado a tratar datos, extendiendo esta obligación a subcontratistas si los hubiera.
- No podrá subcontratar operaciones de tratamiento sin autorización previa y expresa de MWCcapital.
- Implementará las medidas técnicas y organizativas apropiadas para garantizar un nivel de seguridad adecuado al riesgo, en cumplimiento del artículo 32 del RGPD.
- Notificará sin dilación indebida cualquier violación de la seguridad de los datos personales a MWCcapital, tan pronto como tenga conocimiento de ella.
- Una vez finalizado el contrato, deberá devolver o destruir los datos personales tratados por cuenta de MWCcapital, salvo obligación legal de conservación.

La formalización del contrato llevará aparejada la firma de un acuerdo de encargo del tratamiento conforme al artículo 28.3 del RGPD, que detallará las condiciones específicas del tratamiento, sus finalidades, medidas de seguridad y duración.

11. PROPIEDAD INTELECTUAL E INDUSTRIAL

Todos los materiales, contenidos, diseños, gráficos, imágenes, vídeos, producciones audiovisuales, textos, elementos visuales, creatividades, documentos técnicos o estratégicos, así como cualquier otro resultado derivado del servicio contratado serán propiedad de MWCcapital, quien ostentará todos los derechos patrimoniales de propiedad intelectual e industrial, de forma exclusiva, sin limitación territorial ni

temporal, y con capacidad plena de uso, reproducción, transformación, distribución, exhibición o cesión a terceros.

El contratista se compromete a ceder a MWCcapital, en el momento de su generación, todos los derechos necesarios para su uso y explotación conforme a la Ley de Propiedad Intelectual. Queda expresamente prohibido al contratista reutilizar, divulgar o explotar dichos contenidos por cuenta propia o de terceros, salvo autorización expresa y por escrito de MWCcapital.

12. FACTURACIÓN POR HITOS Y CONFORMIDAD TÉCNICA

El importe del contrato podrá ser facturado por el contratista en tres (3) fases, vinculadas al cumplimiento de hitos técnicos definidos. Cada factura deberá ir acompañada de la documentación justificativa correspondiente y quedará sujeta a la conformidad previa y expresa de MWCcapital.

La facturación se estructurará de la siguiente manera:

1. Primer pago – 30 % del importe total (IVA excluido)

Emitido tras la entrega y validación por parte de MWCcapital de los siguientes entregables:

- Propuesta gráfica definitiva del Evento.
- Plan de comunicación aprobado.
- Plan de producción y cronograma definitivo validados.

2. Segundo pago – 40 % del importe total (IVA excluido)

Emitido tras la correcta ejecución del evento Talent Arena 2026, que tendrá lugar los días 2, 3 y 4 de marzo de 2026, y su desmontaje posterior.

Requiere la conformidad por escrito de MWCcapital con la ejecución operativa del evento.

3. Tercer pago – 30 % del importe total (IVA excluido)

Emitido tras la entrega del informe final de resultados y plan de comunicación post-evento, y su presentación formal ante el equipo de MWCcapital.

En todos los casos, MWCcapital deberá emitir conformidad previa a la emisión de la factura.

En Barcelona, a 23 de mayo de 2025



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

ÍNDICE DE ANEXOS DEL PPT

Los documentos que conforman los **Anexos I a V** se ponen a disposición de los licitadores a través de la **Plataforma de Servicios de Contratación Pública (PSCP)** en el momento de la publicación del presente Pliego de Prescripciones Técnicas.

Aunque se encuentran disponibles como **ficheros independientes** en la plataforma, estos documentos **forman parte integrante del presente pliego** y tienen carácter contractual, en los términos que en cada caso se indican. Por tanto, su consulta y consideración resulta obligatoria para la correcta elaboración de las ofertas.

1. Anexo I – Plano del Hall 8 (Fira Montjuïc) en PDF

Aporta el plano general del espacio físico del evento, útil para dimensionamiento espacial y planificación. Disponible también en formato DWG (CAD) bajo solicitud.

2. Anexo II – Especificaciones técnicas y diseño gráfico de la edición anterior (2025)

Incluye documentación visual y técnica de referencia para orientar la reformulación del diseño del evento de 2026. Esta documentación se pone a disposición con fines informativos y no es vinculante.

3. Anexo III – Manual de marca de Talent Arena

Define la identidad gráfica, logotipos, paleta cromática, tipografías y otros elementos visuales oficiales del evento.

4. Anexo IV – Logotipo y tipografías Talent Arena (editables)

Ficheros gráficos editables para facilitar la producción de materiales coherentes con la marca.

5. Anexo V – Manual de marca MWCcapital

Documento corporativo de referencia con las directrices de marca institucional de la Fundación como promotora del Evento.