

INFORME JUSTIFICATIVO DE LA NECESIDAD E IDONEIDAD DE CONTRATAR LA PRESTACIÓN 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

1. NATURALEZA Y EXTENSIÓN DE LAS NECESIDADES QUE PRETENDEN CUBRIRSE CON EL CONTRATO. IDONEIDAD DEL OBJETO Y SU CONTENIDO.

NOTA: Para complementar la información contenida en este informe, se ha incorporado un Anexo Documental donde pueden consultarse más información sobre MWCapital y los antecedentes al presente expediente, así como materiales adicionales relativos a ediciones anteriores del evento Talent Arena, incluyendo fotografías, grabaciones, datos técnicos y enlaces a las páginas web oficiales.

1.1. Introducción

La Fundació Barcelona Mobile World Capital Barcelona (en adelante, “**MWCapital**”) es una fundación público-privada creada en 2012, impulsada por el Ajuntament de Barcelona, la Generalitat de Catalunya, el Gobierno de España, GSMA y Fira de Barcelona. A su vez, forman parte de su Patronato diversas empresas privadas de referencia, como CaixaBank, Damm, Telefónica, Vodafone y Orange, que contribuyen activamente al desarrollo estratégico de la Fundación.

MWCapital tiene por misión impulsar la transformación digital de la sociedad con un enfoque de impacto económico y social, liderando proyectos que conectan talento, tecnología y empresa en sectores clave como la salud, la educación, la movilidad, la industria digital o la sostenibilidad.

Actuando como agente neutral y plataforma de colaboración, MWCapital promueve iniciativas que fomentan la innovación, la generación de conocimiento y la capacitación profesional, posicionando Barcelona como un hub tecnológico de referencia internacional y promoviendo un uso humanista y responsable de la tecnología al servicio de las personas.

1.2. Antecedentes

ÁREA DE TALENTO DIGITAL

El evento Talent Arena se enmarca en la estrategia del Área de Talento Digital de MWCapital, una iniciativa público-privada que impulsa el desarrollo del ecosistema digital de Cataluña a través de acciones coordinadas entre administraciones, empresas tecnológicas, centros formativos y entidades sociales.

Para cumplir con estos objetivos, el área de Talento Digital trabaja en tres (3) grandes ejes:

- Reorientación de talento digital (*reskilling*): Acompañamiento al talento durante todo el proceso de sensibilización, orientación, formación y conexión con las empresas, realizando actividades como:
 - Creación de campañas de sensibilización en torno a las profesiones del sector digital.
 - Realización de mentorías a nuevo talento digital.
 - Realización de talleres de orientación de nuevas profesiones digitales.
 - Cesión de licencias en plataformas de formación online.
 - Formación intensiva digital con la colaboración del SOC y del CCFC.
 - Facilitar becas para facilitar el acceso a la formación.
 - Eventos de *speed dating* y *networking* entre nuevo talento y empresas.
- Atracción de talento internacional: Posicionamiento de Barcelona y Cataluña como un ecosistema de desarrollo profesional. A través de la captación y retención de talento originario de otras ciudades que, provisionalmente, se encuentran estudiando en nuestro país se pretende establecer lazos de conexión con las empresas más punteras en Cataluña. Se realizan actividades como:
 - Misiones internacionales para posicionar Cataluña como entorno donde desarrollar la carrera profesional.
 - Organización de sesiones entre talento internacional que está estudiando en Cataluña y empresas de nuestro ecosistema.
 - Organización de otras actividades para vincular talento internacional y empresas.

- Comunidad y conocimiento: Generación de informes, estudios, eventos de comunidad, o *advisory board*, entre otros, para generar notoriedad y conocimiento sobre la falta de talento digital que ayude a mejorar la estrategia global de toda área y su programa. Se realizan actividades como:
 - Publicación del informe Digital Talent Overview, que analiza el estado del talento en Cataluña.
 - Publicación de informes complementarios sobre el estado del ecosistema digital, bootcamps, competencias digitales o sectores estratégicos, como los distintos Tech Hubs Overview, Talent y Bootcamps o el Diccionario de Competencias Digitales.
 - Organización de eventos orientados a fomentar la comunidad de empresas y centros de formación preocupados por la falta de talento digital.
 - Monitoreo mensual sobre el estado del Talento Digital en Cataluña.

DIGITAL TALENT OVERVIEW 2023

Barcelona se ha consolidado como un hub tecnológico de proyección internacional, con un ecosistema dinámico que atrae tanto centros de innovación como talento digital internacional. Sin embargo, la demanda de perfiles especializados continúa creciendo a un ritmo muy superior a la oferta disponible. Según el informe *Digital Talent Overview 2023*, las ofertas de empleo digital se han duplicado en cinco años y ya representan el 26 % del total en Cataluña.

A pesar del incremento de profesionales formados, la relación entre candidatos y vacantes ha descendido notablemente, evidenciando una brecha persistente en el mercado laboral tecnológico. Este contexto justifica la necesidad de consolidar iniciativas como Talent Arena, orientadas a captar, fidelizar y conectar talento tecnológico cualificado con empresas del sector.

JUMP2DIGITAL

Jump2Digital fue el evento precursor de Talent Arena, concebido entre 2021 y 2023 como la gran cita del nuevo talento digital en Cataluña. Orientado a perfiles junior en fase de formación o acceso al mercado laboral, ofrecía actividades como hackathones, ponencias inspiradoras, mentorías, speed datings y talleres de iniciación tecnológica. Su formato gratuito y experiencial, con fuerte presencia de empresas y centros formativos, atrajo hasta 6.000 asistentes en su última edición.

La evolución de este evento permitió sentar las bases para el actual enfoque profesionalizado de Talent Arena, ampliando el público objetivo y consolidando un modelo más especializado y segmentado.

TALENT ARENA

a) Prueba piloto Talent Arena 2024

Talent Arena 2024 se concibió como una prueba piloto en el marco del MWC Barcelona, con el objetivo de profesionalizar el modelo de eventos anteriores. En esta edición se priorizó el talento digital senior, especialmente perfiles con experiencia en desarrollo tecnológico, aunque también se incluyeron talleres dirigidos a estudiantes de centros formativos colaboradores.

El evento ofreció un enfoque experiencial basado en hackathones, ponencias técnicas, networking y exhibiciones, con más de 5.000 asistentes. La propuesta sirvió para validar un nuevo enfoque centrado en la conexión directa entre profesionales, empresas tecnológicas y centros educativos, sobre el que se ha construido la evolución hacia futuras ediciones.

b) Talent Arena 2025

Tras el éxito de Jump2Digital y la validación del nuevo enfoque profesional en la edición piloto de 2024, Talent Arena 2025 supuso la consolidación del evento como cita de referencia del talento digital en el sur de Europa. Celebrado en el marco del MWC Barcelona y como continuidad de la prueba piloto de 2024, el evento reforzó la diversidad de perfiles asistentes, con más de 43.000 inscripciones (22.449 senior y 20.631 junior) y más de 20.000 asistentes presenciales. El programa incluyó más de 150 ponencias, con referentes internacionales como Steve Wozniak, Cassie Kozyrkov o Garry Kaspárov, así como un hackathon, workshops especializados, mentorías y una zona expositiva con experiencias tecnológicas.

El evento consolidó su posicionamiento como plataforma de conexión entre talento digital, empresas y centros formativos, reforzando la proyección internacional del ecosistema.

Esta edición fue impulsada por MWCapital con la colaboración de GSMA, responsable de la gestión comercial y operativa del espacio, aspectos ajenos a la presente licitación.

c) Talent Arena 2026

Dando continuidad al proyecto Talent Arena liderado por MWCapital e impulsado por GSMA, en 2026 se llevará a cabo una nueva edición del evento Talent Arena (en adelante, el “**Evento**”), con el objetivo de consolidarlo como un referente en Europa para los profesionales del sector digital y tecnológico. Esta edición busca fortalecer la conexión entre profesionales y empresas del sector, así como posicionar a Barcelona como el epicentro del talento digital internacional.

Con el fin de ampliar su impacto y adaptarse a las necesidades del sector, Talent Arena 2026 avanza hacia un formato que combina contenidos de acceso gratuito con unas zonas profesionales de pago (PRO) dirigidas a perfiles técnicos con experiencia media y alta. Esta estructura permitirá atraer tanto a profesionales en fase inicial como perfiles senior que demandan contenido especializado, oportunidades de networking estratégico y acceso directo a líderes tecnológicos.

Las zonas PRO incluirán ponencias de alto nivel, talleres técnicos avanzados, sesiones cerradas con empresas y espacios exclusivos para la exploración de oportunidades laborales y colaborativas. Por su parte, la zona de acceso libre mantendrá el espíritu de ediciones anteriores, con actividades formativas, mentorías, experiencias tecnológicas y puntos de encuentro pensados para la inspiración y la orientación profesional de perfiles emergentes.

Por todo lo expuesto, MWCapital requiere contratar un servicio integral que abarque la adaptación del diseño del espacio, diseño de producción, diseño y generación de contenido del Evento, todo ello orientado a ofrecer una experiencia de alto valor, atractiva y memorable. Este servicio deberá contribuir no solo a atraer y fidelizar al mejor talento nacional e internacional, sino también a consolidar un ecosistema digital sólido en torno al Evento, que favorezca la conexión real entre profesionales y empresas.

1.3. Idoneidad del contrato

En base al contexto descrito, MWCapital requiere contratar la prestación de un servicio de adaptación del diseño del espacio, diseño de producción, diseño y generación de contenido del evento Talent Arena 2026.

En la medida en que el objeto de esta contratación está comprendido en el de los contratos regulados en la normativa en materia de contratación pública, y dada la consideración de MWCapital como entidad del sector público que tiene la consideración de poder adjudicador no administración pública, la prestación de dicho

servicio debe ser objeto de licitación al amparo de lo dispuesto en la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público (en adelante, “LCSP”).

Finalmente, cabe destacar que los objetivos del servicio descrito se alinean estrechamente con la actividad y fines institucionales de MWCapital, y que se requiere un apoyo externo para su desarrollo debido a la insuficiencia de medios propios para la ejecución del contrato. Asimismo, MWCapital no dispone en este momento de servicios técnicos ni personales con profesionales cualificados para realizar los aspectos específicos necesarios para el buen desarrollo del servicio descrito, ni de los materiales y herramientas requeridos para su realización, ni le resulta conveniente ampliar los medios personales y materiales que posee para satisfacer la necesidad descrita.

2. OBJETO Y NATURALEZA DEL CONTRATO

El objeto del contrato consiste en la prestación de un servicio de adaptación del diseño del espacio, diseño de producción, diseño y generación de contenido del evento Talent Arena 2026. El servicio incluirá, como mínimo, los ocho (8) bloques funcionales descritos en el Pliego de Prescripciones Técnicas (PPT). La ejecución material de la producción del Evento queda excluida del presente contrato y será objeto de licitación independiente.

La prestación del servicio se llevará a cabo por la empresa adjudicataria de acuerdo con su propuesta presentada a licitación y siempre cumpliendo los requerimientos técnicos indicados en los pliegos que deberán servir de guía a los licitadores de cara a elaborar una oferta adecuada a las necesidades existentes y satisfacer con la presente contratación.

La naturaleza de este contrato se corresponde con la de un contrato de servicios, al amparo de lo previsto en el artículo 17 de la LCSP.

Dicho objeto se corresponde con el código 79415000-6 “Servicios de consultoría en gestión de la producción” de la nomenclatura del Vocabulario Común de Contratos Públicos (CPV) de la Comisión Europea.

3. DIVISIÓN EN LOTES

El contrato no se divide en lotes en la medida en que la realización independiente de las diversas prestaciones comprendidas en su objeto (esto es, la consultoría de conceptualización del Evento y actividades, la consultoría para la distribución del espacio, el soporte a la producción del Evento, la producción de imagen gráfica, la

producción de contenido y el servicio de desarrollo web), dificultaría la correcta ejecución del mismo desde el punto de vista técnico y organizativo, debiendo entenderse el servicio como un todo coherente, homogéneo y coordinado. Dividirlo en lotes podría fragmentar esta coherencia, afectando negativamente la calidad y la consistencia del resultado final.

Asimismo, las diversas prestaciones del contrato arriba enunciadas se encuentran directamente vinculadas entre sí, diseñadas para funcionar de manera interdependiente, y mantienen relaciones de complementariedad que exigen su consideración y tratamiento como una unidad dirigida a la satisfacción de una necesidad determinada. Separar estas funciones podría generar problemas técnicos y organizativos que complicarían la gestión y ejecución efectiva del proyecto.

El objetivo del contrato es satisfacer una necesidad determinada mediante un conjunto de servicios integrados. Por lo tanto, dividir estos servicios en lotes podría comprometer la capacidad de satisfacer esta necesidad de manera eficiente y efectiva, ya que la fragmentación podría introducir inconsistencias y dificultades de coordinación.

La correcta ejecución del contrato depende de la coordinación y sincronización de todas las actividades y servicios involucrados, y la división en lotes podría interrumpir esta coordinación, reduciendo la eficiencia y aumentando la complejidad de la gestión del proyecto. Pero, además, mantener el contrato como una unidad facilita la asignación de responsabilidades y el control de la calidad del servicio; y dividirlo en lotes podría dispersar la responsabilidad entre múltiples proveedores, dificultando el control y la supervisión del cumplimiento de los estándares de calidad establecidos.

En este sentido, todas las tareas definidas en el PPT deben ser realizadas por un mismo contratista, no siendo posible segmentar los trabajos, quedando afectada la correcta ejecución del servicio desde el punto de vista técnico si no se realizasen de forma coordinada (ex artículo 99.3.b LCSP).

4. PRESUPUESTO BASE DE LICITACIÓN Y VALOR ESTIMADO DEL CONTRATO

El sistema de determinación del precio se establece a tanto alzado por la totalidad de las prestaciones que se pretenden contratar, calculado a partir de la estimación del precio que supondría el cumplimiento efectivo del contrato de acuerdo con las condiciones que constan en el en el PPT para la realización de este, tomando como referencia los costes actuales de servicios de igual o similar naturaleza, el precio asociado que tienen en el mercado y los costes de la edición Talent Arena 2025. Así,

este presupuesto tiene carácter de máximos, por lo que las ofertas que lo superen deberán ser íntegramente rechazadas.

Por otro lado, el precio del contrato será el de adjudicación y tiene que incluir, como partida independiente, el impuesto sobre el valor añadido. En el precio se considerarán incluidos los tributos, las tasas, los cánones de cualquier tipo que sean de aplicación, así como todos los costes internos, directos, indirectos, gastos generales, transportes, embalajes o dietas, entre otros conceptos que puedan derivarse de las obligaciones establecidas en los pliegos que se tienen que cumplir durante la ejecución del contrato, así como los costes asociados.

El presupuesto base de licitación del contrato es de **CIENTO DIECINUEVE MIL SETECIENTOS NOVENTA EUROS (119.790,00.-€)**. Esto es, NOVENTA Y NUEVA MIL EUROS (99.000,00.-€) más la partida de IVA (21%) que es de VEINTE MIL SETECIENTOS NOVENTA EUROS (20.790,00.-€).

El indicado presupuesto base de licitación se corresponde con el presupuesto asignado para la totalidad de los trabajos recogidos en el PPT, siendo los únicos trabajos a cuyo abono se compromete MWCapital.

De conformidad con lo dispuesto en el artículo 100.2 de la LCSP, el precio del contrato se justifica mediante las partidas desglosadas a continuación:

Costes directos	69.300,00.-€
Costes indirectos	10.890,00.-€
Gastos generales	12.870,00.-€
Beneficio industrial	5.940,00.-€
Total PBL	99.000,00.-€
IVA 21%	20.790,00.-€
PBL con IVA	119.790,00.-€

El presupuesto base de licitación arriba reseñado se desglosa en la estimación descrita en base a las siguientes asunciones y conformado por las diferentes partidas del contrato:

- Costes directos (74%): Son todos los costes de los factores necesarios que se aplican a la ejecución del contrato; sobre todo costes de personal, considerando que, por la naturaleza de los trabajos a realizar, el personal que

va a prestar los servicios presenta distintas categorías y tipologías, y otros eventuales gastos puntuales.

- Costes indirectos (11%): Son los costes no atribuibles directamente a una unidad concreta, como personal técnico y administrativo no vinculado a tareas específicas, estructura operativa, alquiler, suministros, equipos, etc.
- Gastos generales (13 %): Se consideran aquellos costes recurrentes generales de la actividad del operador económico, como el mantenimiento de la estructura empresarial, comunicaciones, seguros, asesoramiento externo, tributos, y otros gastos no asignables de forma directa ni indirecta.
- Beneficio industrial (6%): Es el beneficio esperado por el contratista como pago de su actividad empresarial.

El presupuesto reseñando se desglosa también, con carácter orientativo, mediante la estimación hecha por MWCapital de cada partida que conforma el mismo, si bien tanto el presupuesto como este desglose se indica únicamente a efectos de publicidad del procedimiento y de información a los posibles licitadores:

Concepto	Importe total (*)
Reformulación y adaptación del diseño del Evento	7.000,00.-€
Redistribución del espacio según actividades previstas	5.000,00.-€
Replanteamiento del diseño de producción	5.000,00.-€
Diseño de la identidad gráfica, merchandising y producción de contenido audiovisual del Evento	35.000,00.-€
Conceptualización y diseño de la campaña creativa	15.000,00.-€
Generación de la estrategia de comunicación	15.000,00.-€
Mantenimiento de los canales del Evento	10.000,00.-€
Coordinación, gestión y seguimiento del proyecto	7.000,00.-€
TOTAL	99.000,00.-€

(*) Estos importes son IVA excluido

El valor estimado del contrato, considerando la ausencia de modificaciones previstas y de cualquier prórroga, es de **NOVENTA Y NUEVE MIL EUROS (99.000,00.-€)**.

5. DURACIÓN

La duración del contrato se iniciará en la fecha de su formalización y se extenderá hasta el 17 de abril de 2026, fecha máxima para la entrega del informe definitivo de cierre. Este plazo abarca la preparación, ejecución y seguimiento del evento Talent Arena 2026, incluyendo su desmontaje (previsto para el 5 de marzo de 2026) y la entrega de todos los informes exigidos.

En este sentido, se distinguen dos (2) entregables:

- **Informe intermedio de valoración:** Deberá presentarse en el marco de ejecución del servicio y se valorará en el procedimiento de adjudicación como mejora técnica (criterio automático). Este informe contendrá una evaluación preliminar de la ejecución, propuestas de mejora y conclusiones operativas, pero no incluirá aún los resultados finales ni la trazabilidad completa de la comunicación post-evento.
- **Informe definitivo de cierre:** De carácter obligatorio y no puntuable, deberá presentarse, a más tardar el 17 de abril de 2026, e incluirá los resultados finales de comunicación y difusión, valoración de KPIs, métricas de impacto y cualquier otro elemento necesario para la evaluación integral del servicio.

Esta duración resulta adecuada para atender a la naturaleza, alcance y necesidades del contrato descritas en el apartado primero del presente informe, no siendo necesaria la previsión de modificaciones ni prórrogas.

NOTA: Los plazos máximos establecidos en este informe y, por ende, en los pliegos, para la entrega de documentos, informes o cualquier otro hito contractual deberán cumplirse independientemente de que coincidan con días festivos en el lugar de ejecución del contrato, al tratarse de obligaciones a cargo del contratista. Por tanto, la coincidencia con festivos no alterará la exigibilidad de dichos plazos, salvo que se indique expresamente lo contrario.

6. CRITERIOS DE SOLVENCIA

Podrán concurrir a este procedimiento todas las empresas o profesionales cuyas prestaciones estén comprendidas dentro de los fines, objeto o ámbito de la actividad de este informe de necesidad y, por lo tanto, de los pliegos del procedimiento.

Todos los licitadores, ya sean nacionales o extranjeros, que deseen concurrir al presente procedimiento de licitación, deberán acreditar la solvencia que se detalla a continuación:

NOTA: Los requisitos que han de cumplir todos los licitadores, cuya concurrencia se declara, deberán ser acreditados únicamente por el licitador en quien recaiga la propuesta de adjudicación que habrá de aportar la documentación acreditativa del cumplimiento de los requisitos de capacidad, y junto con aquellos documentos indicados en la cláusula 24 del Pliego de Cláusulas Administrativas Particulares (PCAP).

No obstante lo anterior, el órgano de contratación o sus servicios dependientes pueden solicitar en cualquier momento a cualquier licitador la documentación acreditativa de los extremos exigidos, cuando considere que existen dudas razonables sobre la vigencia o fiabilidad de la declaración, siempre que resulte necesario para el buen desarrollo del procedimiento.

6.1. Acreditación de la solvencia económica y financiera

El criterio relativo a la solvencia económica y financiera seleccionado permite verificar que la capacidad económica del operador económico que tiene que llevar a cabo la prestación la podrá realizar con garantía de éxito.

En este sentido, se deberá disponer de un **volumen anual de negocios** en el ámbito al que se refiere el contrato, referido al mejor de los últimos tres (3) ejercicios disponibles, en función de las fechas de constitución o de inicio de actividades del contratista, deberá ser igual o superior a una vez y media el valor total estimado del contrato, es decir, igual o superior a **148.500,00.-€**.

Medio de acreditación:

- La aportación de las cuentas anuales aprobadas y depositadas en el Registro Mercantil correspondientes a los tres (3) últimos ejercicios cerrados, si el empresario estuviera inscrito en dicho registro; y en caso contrario, por las depositadas en el registro oficial en que deba estar inscrito.
- En el caso de que la empresa no tenga la obligación de presentación de cuentas ante organismo oficial, deberá presentar una declaración al respecto y presentar las cuentas legalizadas.
- En caso de que la empresa no tenga la obligación de presentación de cuentas ante organismo oficial ni de legalizar cuentas, deberá presentar una declaración al respecto, así como las cuentas firmadas por el representante legal.

- Los empresarios individuales no inscritos en el Registro Mercantil acreditarán su volumen anual de negocios mediante sus libros de inventarios y cuentas anuales legalizados por el Registro Mercantil o declaración de IRPF de los ejercicios correspondientes.

6.2. Acreditación de la solvencia técnica o profesional

Los criterios relativos a la solvencia técnica y profesional seleccionados permiten verificar que el operador económico tiene la suficiente experiencia para poder llevar a cabo la prestación.

En este sentido, se deberá disponer de una **relación de los principales trabajos de naturaleza igual o similar a los que constituyen el objeto del contrato** realizados durante los últimos tres (3) ejercicios disponibles, en función de las fechas de constitución o de inicio de actividades del contratista, para al menos dos (2) empresas y/o instituciones de ámbito local, autonómico, estatal y/o internacional, y cuyo importe anual acumulado en el año de mayor ejecución sea igual o superior al **70% del valor estimado del contrato** (69.300,00.-€).

Medios de acreditación:

- (No exigible a empresas de nueva creación): Mediante la aportación de certificados expedidos o visados por el órgano competente, cuando el destinatario sea una entidad del sector público; y, cuando el destinatario sea un sujeto privado, mediante un certificado expedido por este o, a falta de este certificado, mediante una declaración del empresario acompañado de los documentos obrantes en poder del mismo que acrediten la realización de la prestación, incluyendo en ambos casos los importes de dichos servicios, las fechas en que fueron prestados y los correspondientes destinatarios.
- Las empresas de nueva creación en los términos del artículo 90.4 LCSP (antigüedad inferior a tres años): Mediante declaración sobre la plantilla media anual de la empresa y del número de directivos desde la fecha de constitución, que deberá ser de cinco (5) empleados desde la fecha de constitución; pudiendo el órgano de administración, si lo considera necesario, solicitar un informe de la SS con el número anual medio de personas trabajadoras.

7. COMPROMISO DE ADSCRIPCIÓN DE MEDIOS PERSONALES

De conformidad con lo previsto en el artículo 76 de la LCSP, el adjudicatario queda obligado a adscribir a la ejecución del contrato los medios personales descritos en el PPT; y, concretamente:

- Un/a director/a de proyecto
- Un/a director/a creativo/a
- Un/a ejecutivo/a senior de producción
- Un/a ejecutivo/a senior de comunicación y marketing

La no adscripción efectiva de los citados medios personales, o la sustitución no autorizada de alguno de ellos, podrá considerarse incumplimiento de una condición esencial del contrato, de conformidad con lo previsto en el artículo 211.1.b) de la LCSP.

Así, este compromiso no implica la obligación de acreditar la disponibilidad de dichos medios en el momento de presentar la oferta, pero su designación efectiva y disponibilidad deberán acreditarse una vez formalizado el contrato, y antes del inicio de la prestación.

8. CRITERIOS DE ADJUDICACIÓN

La selección de la oferta más ventajosa se determinará teniendo en cuenta la mejor relación calidad-precio con el objetivo de obtener ofertas de gran calidad, en aplicación de los criterios definidos de la LCSP y de la normativa municipal en materia de contratación.

La puntuación máxima de la totalidad de los criterios de adjudicación (evaluables mediante juicio de valor y evaluables automáticamente) es de **100 puntos**.

8.1. Criterios de adjudicación subjetivos o ponderables en función de un juicio de valor (hasta un máximo de 50 puntos)

NOTA: De conformidad con el artículo 146.3 Ley de Contratos, se establece un umbral mínimo de calidad técnica fijado en un **50% de la puntuación en base a los criterios de adjudicación ponderable en función de un juicio de valor**. Por lo tanto, aquellas ofertas que no alcancen los 25 puntos en dichos criterios serán excluidas (y, en este sentido, ver art. 19.3 del PCAP).

Se proponen los siguientes criterios porque se considera que este contrato de servicios tiene una incidencia directa en el desarrollo de una área transcendente de la actividad de MWCapital como es Talento Digital, por lo que es indispensable que se

preste con un alto grado de calidad, siendo necesario, por lo tanto, que de las ofertas presentadas se puedan valorar no solo aspectos puramente técnicos sino también los aspectos que se señalan a continuación:

8.1.1. Reformulación y adaptación del diseño del Evento (hasta un máximo de 15 puntos)

NOTA: La extensión máxima de este apartado será de quince (15) páginas DIN-A 4 (en vertical u horizontal), letra Arial, tamaño 10,5 puntos e interlineado sencillo. No computarán la portada y el índice.

Las páginas que superen éste límite, incluidos los anexos, no se tendrán en cuenta a los efectos de valoración de las propuestas.

Los licitadores deberán presentar una propuesta creativa que consiga recoger la esencia del Evento y sus necesidades demostrando su capacidad para adaptar el Evento a los nuevos requerimientos a través de una estética continuista, coherente y alineada con su identidad visual. La propuesta deberá contener la planimetría del espacio en la que se identifiquen todas las zonas, así como imágenes y/o renders ilustrativos de estas, prestando especial atención a aquellas áreas de nueva creación o rediseñadas, conforme a lo indicado en el apartado 3.1. del PPT.

Se valorará el grado de originalidad, impacto, singularidad y funcionalidad de la solución propuesta, tanto en términos de diseño como en la conceptualización del espacio y experiencia de usuario. En particular, se valorarán los siguientes aspectos:

- Alineación entre la propuesta de diseño, las necesidades y requerimientos del Evento, así como, su funcionalidad e integración arquitectónica del diseño con el Hall 8 de Fira de Barcelona (hasta un máximo de 3 puntos)
- Originalidad, innovación, impacto y singularidad de la propuesta de reconceptualización y diseño de los espacios clave, en especial: Elemento Singular, Link Stations (Stands), Welcome Barcelona Stand, Zonas de experiencias tecnológicas, Zona Hall y Networking PRO (hasta un máximo de 5 puntos)
- Continuidad estética y conceptual con la edición anterior que contribuya a reforzar la identidad visual, narrativa y conceptual del Evento (hasta un máximo de 3 puntos)

- La correcta aplicación de la identidad gráfica de Talent Arena y conceptualización visual de la identidad gráfica de las zonas PRO según su manual de uso de marca o Brandbook incluido como anexo al PPT de este procedimiento (hasta un máximo de 2 puntos)
- Planimetría y propuesta para el flujo de visitantes y distribución correcta de público en el espacio, mediante el aprovechamiento del espacio útil y el fácil acceso de visitantes (hasta un máximo de 2 puntos)

8.1.2. Diseño de la producción del Evento (hasta un máximo de 6 puntos)

El licitador deberá presentar una propuesta que recoja una estimación orientativa de todos los diferentes elementos técnicos, gráficos y humanos que se estimen oportunos y que den respuesta a las necesidades propias de producción para los siguientes espacios: Elemento singular, Link Stations/Stands, Welcome Barcelona Stand, Zonas de Experiencias Tecnológicas, Zona Hall (acceso principal), y Networking Zone PRO, de conformidad con los apartados 3.1 y 3.3 del PPT.

Además, esta propuesta deberá contener una relación de elementos que den respuesta también a todas las necesidades de los elementos de construcción, elementos audiovisuales, mobiliario, impresión y reprografía, mano de obra y otros elementos que se consideren relevantes.

Las propuestas deberán contener el siguiente contenido y seguir el esquema de ejemplo que se presenta en el cuadro más abajo para cada uno de los espacios mencionados y teniendo en cuenta los límites presupuestarios indicados en el apartado 3.3 del PPT:

- Localización
- Zona de la localización
- Tipología de elementos
- Concepto
- Más información si requiere
- Unidades
- Total, aproximado

<i>Elemento Singular</i>			
<i>Tipología</i>	<i>Concepto</i>	<i>Más info</i>	<i>Unidades</i>
<i>Elementos construcción</i>	<i>Andamio tubular multidireccional</i>	<i>Medidas 1,2m x 2m x 2,5m</i>	<i>xxx</i>

<i>Elementos audiovisuales</i>	<i>Pantalla LED modular</i>	<i>Medidas 1m x 1m</i>	<i>x módulos</i>
<i>Mobiliario</i>	<i>Taburetes altos</i>	<i>1m alto, blancos</i>	<i>xxx</i>
TOTAL APROX.	XXX.-€		

Se valorarán los siguientes extremos:

- Dimensionamiento de los recursos técnicos asignados a la producción (hasta un máximo de 4 puntos)
- La incorporación de la dimensión sostenible en la propuesta de materiales y/o selección de recursos y su implementación, incluyendo elementos sostenibles y materiales reciclables que contribuyan a reducir el impacto medioambiental (hasta un máximo de 2 puntos)

NOTA: En este apartado (8.1.2) deberá valorarse exclusivamente el enfoque estratégico y metodológico propuesto por el licitador en relación con la sostenibilidad del servicio. No deberá incluirse ninguna referencia a certificaciones formales (como ISO 20121, Biosphere, B-Corp o equivalentes), ya que estas serán objeto de valoración automática en el sobre 3 y su inclusión podría suponer una vulneración del principio de confidencialidad de las ofertas, conforme a lo dispuesto en el artículo 133.3 de la LCSP.

Se valorará positivamente que las propuestas presentadas sigan el esquema indicado, asegurando una presentación clara y ordenada que facilite la comprensión del coste aproximado previsto para cada localización. Aunque no se requieren estimaciones exactas, se apreciará que los valores propuestos sean lo más realistas posible, en consonancia con el volumen y naturaleza de las necesidades identificadas. Asimismo, se tendrá en cuenta la optimización y eficiencia en el uso de los recursos disponibles, con el fin de maximizar el aprovechamiento del presupuesto total previsto. Finalmente, se tendrá en cuenta la capacidad de la propuesta para adaptarse a posibles cambios imprevistos, permitiendo una reasignación flexible y eficaz de recursos conforme a nuevas prioridades que puedan surgir durante el desarrollo del proyecto.

8.1.3. Propuesta de campaña creativa y plan de comunicación (hasta un máximo de 25 puntos)

En este apartado, los licitadores presentarán una propuesta relativa a la campaña creativa y plan de comunicación de Talent Arena 2026, el cual deberá incluir los siguientes apartados que se valorarán de acuerdo con los siguientes subcriterios:

a) Presentación de la propuesta creativa (hasta un máximo de 10 puntos)

El licitador deberá presentar la propuesta de una **campaña creativa** para el Evento que incluirá el *key message* y el concepto visual base que permita dar visibilidad al Evento y movilizar al público objetivo, de acuerdo con lo indicado en el apartado 3.5 del PPT.

El concepto visual deberá plasmarse en una imagen gráfica que refleje la identidad visual propuesta, incluyendo elementos gráficos, tipografías, colores y cualquier otro componente visual relevante. Además, deberá incluir una explicación creativa de la identificación del insight de campaña y la justificación sobre cómo se alinea con los objetivos de comunicación y el público objetivo descrito.

Esta campaña deberá incluir:

1. Desarrollo del concepto creativo de campaña.
2. Creatividad visual única y reconocible para la comunicación en canales online y *offline*.
3. Propuesta de campaña a nivel visual y verbal.
4. Ejemplificación de forma coherente de la identidad visual de la marca y su evolución, en caso de ser necesario, para dar cobertura a los canales planteados en campaña.

Además, se deberán tener en cuenta los siguientes outputs:

- Propuesta de campaña creativa: Un documento detallado que contenga la propuesta de campaña creativa, explorando una o dos vías conceptuales, que permita identificar la mejor solución creativa para representar los valores y objetivos de Talent Arena y adaptándolo a un público profesional. Las propuestas deberán estar firmadas por Talent Arena bajo el tagline “*Where Digital Talent Meets*” y deberán incluir los logos de los impulsores del Evento.

- Desarrollo de un concepto creativo global que será el claim de campaña: Definir un concepto creativo global que sirva como paraguas para toda la campaña, entendible, que sea recordado fácilmente y capaz de unificar todas las acciones de comunicación, tanto online como offline, y que sea flexible para adaptarse a diferentes formatos y plataformas. Se deberán incluir ejemplos de cómo se aplicará la campaña en formatos online y offline, y proporcionando una visión clara y concreta de la implementación del concepto creativo.
- Creación de un estilo visual único y reconocible que responda al territorio creativo asociado a Talent Arena (valores de innovación, comunidad y tecnología humanizada que definen el Evento): Desarrollar un estilo visual distintivo para la campaña gráfica, manteniendo la integridad gráfica y la continuidad con la imagen e identidad global de la marca pero alineándose con referencias tecnológicas como, puede ser, la inteligencia artificial, el desarrollo de software, el mundo gamer y la cultura digital. Este estilo debe ser coherente y fácilmente identifiable, reforzando la personalidad de Talent Arena en todos los canales de comunicación.
- Formalización de la campaña a nivel visual y verbal: Definir cómo se va a materializar la campaña en términos visuales y verbales, incluyendo la creación de ejemplos de la bajada gráfica de la campaña en diferentes soportes digitales y físicos, y asegurando que todos los elementos de la campaña están alineados con el concepto creativo global. Se valorará la capacidad de la propuesta para 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.

Se valorará positivamente aquellas propuestas que presenten las siguientes características:

- Originalidad y calidad visual: la propuesta deberá presentar una idea única, innovadora y distinta frente a otras campañas de Talent Arena y del sector, aportando personalidad propia al Evento y generando una identidad visual de alta calidad que mantiene la coherencia en todos los elementos propuestos (hasta un máximo de 3 puntos)
- Alineación con el posicionamiento de Talent Arena y público objetivo: la campaña deberá reflejar de manera coherente los valores, propósito y objetivos estratégicos de Talent Arena 2026 y conectar con los códigos visuales y verbales alineados con el perfil de talento digital, generando identificación e interés (hasta un máximo de 3 puntos)

- Narrativa y storytelling: se valorará el desarrollo de un relato sólido que conecte con el público, articulando mensajes caros y potentes a través de todos los elementos de campaña (hasta un máximo de 2 puntos)
- Versatilidad y potencial en múltiples formatos: la propuesta deberá mostrar la capacidad de aplicarse de forma efectiva y coherente en diferentes soportes y canales (hasta un máximo de 2 puntos)

b) Realización del Plan de comunicación
(hasta un máximo de 8 puntos)

El licitador deberá presentar un plan de comunicación que defina la estrategia para dar a conocer Talent Arena 2026, reforzar su posicionamiento y garantizar una comunicación efectiva hacia el público profesional (PRO) del Evento, con una narrativa coherente, alineada con la propuesta creativa y con el tono y valores de la marca.

El plan deberá contemplar el enfoque global de comunicación (*owned y earned media*), con una visión 360º que contemple todos los canales relevantes y que priorice la visibilidad, el alcance y la conexión con el público profesional.

Este plan deberá incluir:

1. Estrategia general de comunicación adaptada a cada fase del proyecto (pre, durante y post-evento) y al relato de Talent Arena y su posicionamiento diferencial como evento referente del talento digital.
2. Propuesta de canales, medios, formatos, acciones y contenidos multicanal (social media, medios, soportes digitales, etc.) alineados con el público profesional (más de 5 años de experiencia).
3. Definición del tono, territorios de contenido y mensajes clave a transmitir de acuerdo con el público PRO.
4. Identificación de estrategias de comunicación de ticketing para comunicar la modalidad de pago del Evento.
5. Acciones para reforzar el *earned media* (relaciones públicas, medios, prescriptores, embajadores digitales, etc.).

En concreto, se valorarán los siguientes extremos:

- Coherencia estratégica con la propuesta creativa y segmentación: El plan articula eficazmente los mensajes y acciones en línea con el concepto creativo,

el posicionamiento de Talent Arena y el público objetivo para obtener el mayor impacto posible (hasta un máximo de 3 puntos)

- Contenidos y visión multicanal: Se presenta una propuesta de contenidos completa y diferencial acorde a los objetivos del plan e incluye una estrategia de canales alineada que combina medios propios y ganados para maximizar el alcance y la notoriedad del Evento con una visión omnicanal (hasta un máximo de 3 puntos)
- Potencial de amplificación orgánica: Se valoran especialmente aquellas propuestas que integran acciones con capacidad de viralización, activación de comunidades, medios o prescriptores, y que refuerzan el impacto orgánico (hasta un máximo de 2 puntos)

c) **Estrategia de soporte al Plan de engagement B2B**
(hasta un máximo de 4 puntos)

El licitador deberá presentar una estrategia de soporte que apoye el plan de engagement de MWCapital que incluya estrategias, dinámicas y contenidos planteados para generar una participación activa de las audiencias objetivo antes del Evento, con especial foco en la comunidad profesional.

Este documento deberá incluir:

1. Identificación de instituciones, entidades, clústers y colaboradores clave para Talent Arena.
2. Acciones dirigidas a la generación de comunidad en el ecosistema digital y su activación (redes sociales, plataformas, embajadores, etc.).
3. Propuesta de herramientas y canales de seguimiento y monitorización del engagement generado.

Se valorarán los siguientes extremos:

- Identificación de públicos y activación de comunidades: La estrategia muestra un conocimiento profundo de la comunidad e identifica instituciones, entidades, clústers y colaboradores y propone herramientas para el plan propone acciones colaborativas eficaces para activarlos y captar la atención (hasta un máximo de 2 puntos)
- Diversidad y creatividad en las acciones de engagement: Se incluyen propuestas originales, relevantes y adaptadas a los distintos perfiles, que

potencian la dimensión experiencial y emocional de tracción al Evento (hasta un máximo de 2 puntos)

d) **Estrategia de soporte a la captación mediante medios pagados**
(hasta un máximo de 3 puntos)

El licitador deberá presentar una propuesta que refuerce y complemente la estrategia de captación del Evento, con acciones concretas orientadas a atraer y convertir al público objetivo profesional.

La propuesta deberá contemplar iniciativas específicas de apoyo a la captación de participantes para las zonas PRO, teniendo en cuenta sus particularidades, canales de activación más adecuados y propuestas de valor diferenciadas.

Este soporte deberá incluir:

1. Propuestas de captación de empresas, entidades y profesionales senior hacia las zonas PRO del Evento, incluyendo acciones de valor añadido que refuerzen su participación.
2. Identificación de canales, plataformas o redes estratégicas que faciliten el acceso directo al público profesional.
3. Herramientas o materiales de apoyo a la captación (kits de difusión, materiales personalizables, contenidos promocionales, etc.).
4. Estrategia de activación y conversión de leads generados a través de las distintas acciones de marketing y comunicación.

Se valorará positivamente aquellas propuestas que presenten las siguientes características:

- Capacidad para movilizar públicos cualificados mediante acciones en canales de pago hacia las zonas PRO: se propone acciones eficaces y diferenciadas. (hasta un máximo de 2 puntos)
- Creatividad y enfoque personalizado en las acciones: Las iniciativas presentadas destacan por su originalidad, capacidad de conexión con los públicos y personalización de los mensajes o formatos. (hasta un máximo de 1 puntos)

8.1.4. Gestión del proyecto (hasta un máximo de 4 puntos)

Los licitadores deberán presentar una propuesta de gestión que asegure el correcto desarrollo y ejecución del proyecto, demostrando una planificación realista, una estructura organizativa sólida y una estrategia de seguimiento eficaz. La propuesta deberá incluir un organigrama funcional del equipo de trabajo, indicando claramente los roles, responsabilidades y la dedicación prevista de cada perfil profesional, así como un cronograma detallado de las fases del proyecto, incluyendo hitos clave, entregables y mecanismos de control de calidad y mitigación de riesgos.

Se valorará el grado de claridad, viabilidad operativa y solidez del modelo de gestión propuesto.

En particular, se valorarán los siguientes aspectos:

- Propuesta de organigrama del equipo en el que se incluya la definición clara de los perfiles implicados, su experiencia y vinculación con las tareas específicas del proyecto, así como la coherencia entre la estructura propuesta y la envergadura del encargo (**hasta un máximo de 2 puntos**).
- Propuesta de planificación y cronograma de trabajo estructuración realista de las fases de trabajo, identificación de hitos relevantes, tiempos de ejecución y coordinación entre equipos, con especial atención a los períodos críticos y a la optimización del calendario global (**hasta un máximo de 2 puntos**).

8.2. Criterios de adjudicación objetivos o evaluables de forma automática (hasta un máximo de 50 puntos)

8.2.1. Oferta económica (hasta un máximo de 25 puntos)

Se otorgará la máxima puntuación al licitador que formule el precio más bajo que sea admisible, es decir, que no sea anormalmente bajo y que no supere el presupuesto base de licitación y en el resto de las empresas licitadoras la distribución de la puntuación se hará aplicando la siguiente fórmula establecida por la Instrucción de la Gerencia Municipal y aprobada por Decreto de Alcaldía, de 22 de junio de 2017, publicado en la Gaceta Municipal del día 29 de junio:

$$\frac{\text{Presupuesto base de licitación - oferta}}{\text{Presupuesto base de licitación - oferta más económica}} \times \text{Puntos máx.} = \text{Puntuación resultante}$$

8.2.2. Otros criterios automáticos (hasta un máximo de 25 puntos)

NOTA: En relación con los criterios automáticos de adjudicación previstos en este informe, se hace constar que los compromisos asumidos por los licitadores mediante declaración responsable incluida en el sobre 3 serán de cumplimiento obligatorio para el adjudicatario, en aplicación del artículo 145.2.d) de la LCSP.

Dichos compromisos se entenderán integrados en el contenido contractual y, en consecuencia, su incumplimiento podrá dar lugar a la aplicación de penalidades, conforme a lo que se establezca en el correspondiente PCAP, sin perjuicio de otras medidas previstas legalmente, incluida la posible resolución del contrato, de conformidad con los artículos 192 y 211 de la LCSP.

a) Compromiso con la gestión sostenible (hasta un máximo de 5 puntos)

Conforme al artículo 145 de la LCSP, se valorarán criterios que permitan adjudicar el contrato a la oferta que presente una mejor relación calidad-precio, incluyendo aspectos medioambientales vinculados al objeto del contrato.

Dado que uno de los valores estratégicos de MWCapital es impulsar una transformación digital sostenible, también en el ámbito de la producción de eventos, se valorará que los licitadores acrediten su compromiso con la sostenibilidad mediante la posesión de certificaciones reconocidas.

MWCapital entiende la sostenibilidad como un concepto transversal, es decir, como base y principio de cualquier actuación que pueda realizar y, por tanto, también aplicable a la gestión de eventos, para convertirse en un referente en la transformación tecnológica, convertirse en un polo de talento digital y crear y divulgar conocimiento. Por ello, se considera justificado otorgar una mayor puntuación a aquellos licitadores que puedan certificar su compromiso y responsabilidad con la sostenibilidad, tanto desde un punto de vista de reducción del impacto ambiental como también de su impacto social positivo, y que hayan apostado por el cumplimiento de altos estándares de desempeño social, ambiental y de transparencia acorde con los valores de MWCapital.

Por todo ello, se otorgará una puntuación de hasta cinco (5) puntos conforme a la siguiente escala:

- Cinco (5) puntos: Certificación específica en gestión sostenible de eventos (ej. ISO 20121, EventSost, Biosphere).
- Tres (3) puntos: Certificación corporativa general en sostenibilidad (ej. B-Corp o equivalente)
- Cero (0) puntos: Si no se acredita ninguna certificación válida.

En caso de presentarse ambas certificaciones (específica y general), la puntuación máxima será de cinco (5) puntos.

Medio de acreditación: Se acreditará mediante la presentación de copia de la certificación vigente correspondiente (emitida por entidad reconocida), que deberá incluirse en el sobre 3. No se aceptarán certificaciones caducadas o sin relación con la prestación objeto del contrato.

NOTA: En la propuesta técnica incluida en el sobre 2 no deberá hacerse ninguna referencia a esta/s certificacion/es, dado que su acreditación es objeto de valoración mediante criterios objetivos o evaluables de forma automática en el sobre 3.

b) Informe de cierre y propuesta de mejoras en la gestión del Evento
 (hasta un máximo de 5 puntos)

Se otorgarán hasta cinco (5) puntos en función del compromiso asumido por el licitador en relación con la anticipación, profundidad y valor estratégico del informe de cierre previsto en el apartado 7 del PPT, que deberá incluir tanto el balance de ejecución como una propuesta de mejoras para futuras ediciones:

- Cinco (5) puntos: cuando el licitador se comprometa a entregar el informe en un plazo máximo de diez (10) días hábiles tras la finalización del evento, y éste incluya, además:
 - Una propuesta de mejoras operativas y estratégicas para la próxima edición del evento.
 - Indicadores de evaluación y análisis de KPIs obtenidos.
 - Formato presentable y orientado a toma de decisiones (ej. resumen ejecutivo, visualizaciones, lecciones aprendidas).
- Tres (3) puntos: cuando se comprometa a entregar el informe en un plazo máximo de quince (15) días hábiles con contenido descriptivo y conclusiones generales, sin incluir propuestas específicas ni evaluación por indicadores.

- Un (1) punto: si se compromete a entregar el informe en un plazo de hasta veinte (20) días hábiles con una memoria básica de ejecución sin componente estratégico.
- Cero (0) puntos: cuando el compromiso supere los veinte (20) días hábiles o no se incluya propuesta alguna de mejora.

Medio de acreditación: Se acreditará mediante la correspondiente declaración responsable donde se asuma el compromiso de presentar el informe de cierre y mejoras en la gestión del Evento, que deberá incluirse en el sobre 3.

NOTA: El compromiso de entrega anticipada del informe de cierre y mejoras, asumido en la declaración responsable incluida en el sobre 3, será vinculante para el adjudicatario y sustituirá, en su caso, al plazo máximo ordinario previsto en el PPT (6 de abril de 2026).

c) Experiencia y conocimientos específicos
(hasta un máximo de 15 puntos)

Con el fin de garantizar la calidad técnica y la adecuación del servicio a la naturaleza y complejidad del evento Talent Arena, se valorará la experiencia previa del licitador en la conceptualización, diseño y comunicación de eventos de gran escala que estén vinculados a alguno de los siguientes ámbitos temáticos, definidos por su relevancia en el contenido y objetivos estratégicos del Evento:

- TIC/Tecnológico/Científico
- Conocimiento/Formación/Estudios
- Innovación/Empresarial

Por todo ello, se otorgará hasta un máximo de quince (15) puntos a aquellos licitadores que acrediten tener experiencia previa y conocimientos específicos en la conceptualización, diseño y comunicación de eventos de gran escala relacionados con alguno de los ámbitos referidos.

En este sentido, la puntuación se asignará en función de la siguiente tabla:

Experiencia y conocimientos específicos	Puntuación
TIC/Tecnológico/Científico	5

Conocimiento/Formación/Estudios	5
Innovación/Empresarial	5

La puntuación se asignará por cada ámbito debidamente acreditado, hasta un máximo total de quince (15) puntos. En este sentido, una misma experiencia podrá ser valorada en más de un ámbito siempre que se justifique de manera clara su carácter transversal.

Medio de acreditación: El licitador deberá presentar documentación que acredite su participación directa y relevante en la conceptualización, diseño y comunicación de al menos un evento en cada ámbito que pretenda acreditar. Serán válidos, entre otros: certificados de ejecución, contratos formalizados, informes de actividad, cartas de clientes, dossieres de proyectos realizados o cualquier otro documento probatorio que demuestre la experiencia alegada. Se valorará especialmente que los eventos acreditados sean de naturaleza presencial y con componentes similares al objeto de este contrato (eventos sectoriales, ferias, jornadas profesionales, etc.).

NOTA: Toda la documentación justificativa deberá incluirse en el sobre 3. No se admitirá como acreditación una mera declaración responsable sin respaldo documental verifiable ni se solicitarán enmiendas, para su aportación, tras la apertura del sobre 3.

9. BAJAS PRESUNTAMENTE ANORMALES O CASOS DE EMPATE

De conformidad con lo dispuesto en el artículo 149.4 de la LCSP, se considerarán ofertas con valores anormalmente bajos aquellas que, atendiendo al equilibrio entre la calidad técnica y la oferta económica presentada, se sitúen por debajo de los siguientes umbrales, calculados en función de la media de las ofertas económicas recibidas:

- Cuando las ofertas agrupadas en el grupo de “Calidad alta” (entre el 76% y el 100% de la puntuación técnica) presenten una oferta económica que suponga una baja de más del 10% de la media del total de las ofertas.
- Cuando las ofertas agrupadas en el grupo de “Calidad mediana” (entre el 66% y el 75% de la puntuación técnica) presenten una oferta económica que suponga una baja de más del 12% de la media del total de las ofertas.

- Cuando las ofertas agrupadas en el grupo de “Calidad aceptable” (entre el 50% y hasta el 65% de la puntuación técnica) presenten una oferta económica que suponga una baja de más del 14% de la media del total de las ofertas.
- Cuando las ofertas agrupadas en el grupo de “Calidad baja” (entre el 25% y hasta el 49% de la puntuación técnica) presenten una oferta económica que suponga una baja de más del 16% de la media del total de las ofertas.
- Si solo hay un licitador, cuando ofrezca un porcentaje de descuento de más del 15% respecto del presupuesto base de licitación.

En caso de detectarse alguna de estas situaciones, el órgano de contratación dará audiencia al licitador afectado, para que justifique adecuadamente su oferta, conforme a lo previsto en el artículo 149.4 de la LCSP.

La justificación deberá incluir, al menos, información relativa a:

- La estructura de costes y márgenes aplicables.
- Economías de escala o técnicas propias que expliquen la eficiencia de la oferta.
- Medidas medioambientales, de calidad o de acceso a recursos que justifiquen el menor precio sin detrimento del cumplimiento contractual.

En caso de que la justificación no sea considerada suficiente y razonable, la oferta podrá ser excluida del procedimiento, siendo rechazada igualmente si se constata que su importe es anormalmente bajo debido a que no respeta las obligaciones aplicables en materia de subcontratación, medioambientales, sociales o laborales, establecidas en el Derecho de la Unión Europea, en el Derecho nacional, en los convenios colectivos sectoriales vigentes o en las disposiciones de Derecho internacional enumeradas en el Anexo V de la LCSP.

Asimismo, en el marco del citado trámite, se excluirán aquellas ofertas consideradas anormalmente bajas si se acredita que los salarios tenidos en cuenta para su cálculo son inferiores a los establecidos en el convenio colectivo de aplicación, o si no se justifican suficientemente en relación con la prestación objeto del contrato.

NOTA: Si un licitador presenta una oferta igual al precio de licitación, no obtendrá puntuación alguna en el criterio económico. Las ofertas que superen el precio de licitación serán automáticamente excluidas.

En caso de empate entre diversos licitadores se aplicará lo dispuesto en el artículo 147 apartado 2 de la LCSP.

10. SUBCONTRATACIÓN

Se permite la subcontratación de parte de la prestación con terceros, siempre que se cumplan las condiciones establecidas en los artículos 215 y 216 de la LCSP.

En ningún caso podrá subcontratarse la totalidad del contrato, y el porcentaje máximo de subcontratación no podrá superar el 60 % del importe de adjudicación, salvo que se justifique adecuadamente en la oferta y se autorice expresamente en la resolución de adjudicación.

El contratista principal seguirá siendo plenamente responsable frente a la entidad contratante de la correcta ejecución del contrato, incluida la parte subcontratada, y deberá garantizar que las empresas subcontratadas cumplen las condiciones laborales, sociales y medioambientales aplicables conforme a lo previsto en el artículo 201 de la LCSP.

En su caso, el adjudicatario deberá comunicar a MWCapital, con carácter previo al inicio de la subcontratación, la identidad del subcontratista, la parte del contrato que se le encomienda y su habilitación profesional, conforme al artículo 215.2 de la LCSP.

11. MESA DE CONTRATACIÓN

La mesa estará constituida por:

- Presidente: **Jordi Arrufí**, Chief of Corporate Development de MWCapital; o persona en quien delegue;
- Secretaria: **Marta Duelo**, Chief Legal & Contractual Services de MWCapital; o persona en quien delegue;
- Vocal: **Carme Ponte**, Chief of General Services de MWCapital; o persona en quien delegue;
- Vocal técnico 1: **Marcos Morcate**, Head of Marketing de MWCapital, o persona en quien delegue.
- Vocal técnico 2: **Silvia Valcárcel**, Project Manager de MWCapital; o persona en quien delegue;

Todos los miembros de la mesa de contratación tendrán voz y voto, excepto el secretario de la mesa, que actuará con voz y sin voto. El secretario de la mesa estará asistido por un técnico auxiliar, cuya incorporación a las reuniones se prevé con voz, pero sin voto.

Barcelona, a 23 de mayo de 2025



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