

# INFORME JUSTIFICATIVO DE LA NECESIDAD E IDONEIDAD DE CONTRATAR LA PRESTACIÓN DE UN SERVICIO DE COMUNICACIÓN, GABINETE DE PRENSA Y RELACIONES PÚBLICAS PARA FUNDACIÓ BARCELONA MOBILE WORLD CAPITAL FOUNDATION

Exp. A/F202512/S

## 1. NATURALEZA Y EXTENSIÓN DE LAS NECESIDADES A CUBRIR. IDONEIDAD Y NECESIDAD DEL CONTRATO.

### 1.1. Marco institucional y misión de MWCcapital

Fundació Barcelona Mobile World Capital Barcelona (en adelante, “**MWCcapital**” o la “**Fundación**”, indistintamente) es una organización público-privada impulsora del potencial estratégico de la innovación tecnológica y digital como motor de transformación social. Su visión es promover el desarrollo del ecosistema digital con impacto en la economía y la ciudadanía, posicionando Barcelona como un referente global en el ámbito digital y expandiendo el legado del MWC Barcelona.

MWCcapital fue fundada en 2012 como una iniciativa conjunta del Ministerio de Economía y empresa, la Generalitat de Catalunya, el Ayuntamiento de Barcelona, Fira de Barcelona, y GSMA Ltd., con el apoyo de operadoras como Telefónica, Vodafone y Orange, así como de empresas como Grupo Damm y CaixaBank, que forman parte de su Patronato.

MWCcapital actúa en base a una cultura corporativa basada en la *Intelligence*; como agente neutral, con una estructura ágil y abierta, que conecta a los principales actores del ecosistema digital (esto es, administraciones públicas, empresas, hubs tecnológicos, universidades, startups y sociedad civil) para generar proyectos de alto impacto económico y social. Su actividad se caracteriza por ser transversal, transformadora, creativa, cercana y experiencial.

MWCcapital es un activo de posicionamiento estratégico y de futuro para la ciudad de Barcelona y su entorno: una oportunidad única de beneficio común de su potencial empresarial, educativo y científico global, reconociendo el valor y atractivo competitivo de su talento creativo, acogedor y de vanguardia.

Para más información sobre MWCcapital: <http://www.mobileworldcapital.com/es/>

## **1.2. Necesidad y finalidad del Contrato**

MWCapital ha estado inmersa en un proceso estratégico de reformulación de las necesidades comunicativas de la organización, con el objetivo de optimizar recursos y garantizar un enfoque más eficiente y alineado con los objetivos estratégicos y nuevos retos de la Fundación.

Así, después del éxito y nuevo alcance de Talent Arena, principal evento de su área de Talento Digital, el cual ha conseguido en su última edición acoger a más de 20.000 asistentes, 200 ponentes y 30 workshops, ha sido necesario realizar un redimensionamiento de su objeto y necesidades para la implementación de una estrategia de comunicación, prensa y relaciones públicas para los próximos años.

Del mismo modo, en el marco de la reciente colaboración en materia de transferencia de tecnología, talento y transformación digital y humanismo tecnológico entre MWCapital, la Secretaria de Estado de Digitalización e Inteligencia Artificial y la entidad pública empresarial Red.es, se prevé que el programa The Collider del área de Transferencia Tecnológica pueda crecer y consolidarse en todo el territorio a nivel local y nacional, aumentando así su magnitud y dimensionamiento y, en consonancia, requerir también de un nuevo redimensionamiento a nivel de estrategia comunicativa.

Por todo ello, atendiendo a la misión de MWCapital, al interés que despierta la actividad de todas sus áreas en la sociedad y a las relaciones existentes en el seno de la misma, resulta necesario contratar la prestación de un servicio de comunicación, gabinete de prensa y relaciones públicas con la finalidad de estructurar, desplegar y consolidar la estrategia de comunicación externa de la Fundación, así como desarrollar y ejecutar planes y acciones de comunicación con el objetivo de difundir la imagen, actividad, iniciativas y portavoces de MWCapital y generar un estado de opinión acerca de los temas claves y estratégicos del sector.

## **1.3. Descripción de las prestaciones previstas**

A título enunciativo y no limitativo, el servicio comprenderá las siguientes funciones:

1. Gestionar las relaciones con los **medios de comunicación** de forma ordenada.
2. Ayudar a posicionar e incrementar la **visibilidad** de todos los programas e iniciativas desarrollados por MWCapital a nivel local, nacional e internacional, así como la de los propios portavoces, tanto en canales propios como en medios de comunicación o canales de terceros.

3. Gestionar el contenido de presentaciones y discursos de los **portavoces** siempre que se requiera.
4. Generar un **diálogo fluido** con los sectores en los que MWCcapital desarrolla su actividad, comprendiendo empresas, administraciones y otras instituciones relacionadas.
5. Gestionar los **contenidos dirigidos** a la comunicación con públicos clave: desde los stakeholders acordados, a partir de herramientas como la newsletter corporativa, o propuestas de relaciones públicas creativas que puedan surgir, entre otros.

Además, a efectos meramente ilustrativos y orientativos, se indica a continuación el dimensionamiento que la actividad media de comunicación, gabinete de prensa y relaciones públicas de MWCcapital ha tenido en los últimos años:

- Más de 40 notas y comunicados de prensa al año en lengua catalana, castellano e inglés, sin contemplar la cobertura fotográfica.
- Más de 20 ruedas de prensa al año sin contemplar la cobertura fotográfica.
- Una revisión anual del relato de los portavoces y 30 adaptaciones a públicos específicos y/o de actualidad.
- La creación de una nueva *newsletter* mensual sin contemplar el desarrollo de creatividades o diseño del boletín.
- Gestión y envío diario de resúmenes y *clippings* de prensa que incluyan tanto los impactos relativos a la actividad de la Fundación como aquellos relevantes sobre los sectores afines.
- Elaboración de informes de comunicación y relaciones públicas con el detalle de las acciones de gabinete de prensa, con resultados mensuales, anuales y/o por campaña.
- Apoyo continuo en la organización de acciones de relaciones públicas de todo tipo.
- Participación en la definición y gestión de determinado contenido editorial del *brand media* corporativo que se impulse.
- Refuerzo en la organización y gestión de la actividad de MWCcapital en el MWC Barcelona, 4YFN Barcelona y Talent Arena (pre, durante y post).

#### **1.4. Régimen jurídico aplicable**

En la medida en que el objeto del presente contrato se encuentra comprendido en los supuestos previstos en la normativa de contratación pública, y dado que MWCcapital ostenta la condición de poder adjudicador no Administración Pública, la contratación del servicio debe realizarse mediante licitación conforme a lo establecido en la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público (en adelante, la “LCSP”).

#### **1.5. Justificación de insuficiencia de medios propios**

MWCcapital no dispone de medios personales ni materiales suficientes para la ejecución directa del servicio objeto de este contrato. Así, la Fundación no cuenta en su plantilla con suficientes perfiles profesionales especializados en materia de comunicación, gabinete de prensa y relaciones públicas, ni con la capacidad operativa suficiente para cubrir la intensidad, el alcance y la continuidad que requiere la correcta prestación de este servicio.

La contratación externa resulta por tanto necesaria y proporcionada para garantizar la adecuada cobertura de las necesidades descritas, sin que resulte viable afrontar su ejecución mediante recursos internos o ampliación de medios propios, por razones de eficiencia, especialización y oportunidad.

### **2. OBJETO Y NATURALEZA DEL CONTRATO**

El objeto del contrato consiste en la prestación de un servicio de comunicación, gabinete de prensa y relaciones públicas, orientado a la comunicación externa de la Fundación, medios de comunicación y gestión de portavoces, en los términos y condiciones definidos en el Pliego de Prescripciones Técnicas (en adelante, “PPT”).

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 794161000 “Servicios de gestión de relaciones públicas” 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 dificultaría la correcta ejecución del servicio desde un punto de vista técnico, organizativo y de planificación (ex artículo 99.3.b LCSP). En este sentido, la naturaleza del objeto contractual, esto es,

un servicio de comunicación, gabinete de prensa y relaciones públicas, no son autónomas ni escindibles sin comprometer la eficacia, la coherencia narrativa y la eficiencia relacional de las acciones previstas, de manera que las diferentes actuaciones deben abordarse de forma coordinada e integrada, y su división en lotes fragmentaría la responsabilidad, dificultaría la trazabilidad de resultados, complicaría la supervisión de objetivos y pondría en riesgo el control de calidad global del servicio.

Por todo ello, debe ejecutarse de forma homogénea por el mismo operador económico en aras a conseguir una mayor eficacia y coordinación en la prestación de los servicios, no siendo posible su fraccionamiento puesto que la coexistencia de dos o más empresas ejecutando la misma prestación dificultaría, además, la óptima ejecución del contrato y dificultaría la máxima eficiencia en la ejecución de los trabajos, basándose en la necesidad de cohesión, simplificación de la gestión, optimización de costes y especialización del proveedor.

#### **4. PRESUPUESTO BASE DE LICITACIÓN Y VALOR ESTIMADO DEL CONTRATO**

El sistema de determinación del precio es a tanto alzado por la totalidad de las prestaciones objeto del contrato, conforme a la estimación del coste que supondría su ejecución efectiva de acuerdo con las condiciones que constan en el PPT. Para su cálculo se han tomado como referencia los precios de mercado actuales de servicios de naturaleza similar, así como la experiencia y costes internos de MWCcapital en contrataciones análogas realizadas en los últimos ejercicios.

Este presupuesto tiene carácter de máximo, por lo que cualquier oferta que lo supere será objeto de exclusión automática del procedimiento de licitación

El precio del contrato será el finalmente resultante de la adjudicación, debiendo incluir, como partida independiente, el Impuesto sobre el Valor Añadido (IVA). En dicho precio se entenderán integrados la totalidad de los tributos, tasas, cánones, costes directos e indirectos, gastos generales, desplazamientos, dietas, seguros, embalajes y, en general, todos los costes asociados al cumplimiento de las obligaciones derivadas del contrato, durante toda su vigencia.

El presupuesto base de licitación del contrato (PBL) del presente contrato asciende a la cantidad de **CIENTO VEINTINUEVE MIL CUATROCIENTOS SETENTA EUROS (129.470,00.-€)**. Este importe se desglosa de la siguiente forma:

- Importe sin IVA: CIENTO SIETE MIL EUROS (107.000,00.-€)
- IVA (21%): VEINTIDÓS MIL CUATROCIENTOS SETENTA EUROS (22.470,00.-€).

Este importe corresponde a la totalidad de las prestaciones descritas en el PPT, y constituye el límite máximo de gasto asumido por MWCcapital en el marco del presente contrato, sin perjuicio de la oferta económica que presente cada licitador.

De conformidad con lo dispuesto en el artículo 100.2 de la LCSP, el precio del contrato se justifica mediante el siguiente desglose:

Costes directos	78.110.-€
Costes indirectos	11.770.-€
Gastos generales	10.700.-€
Beneficio industrial	6.420.-€
<b>Total PBL</b>	<b>107.000.-€</b>
IVA 21%	22.470.-€
<b>PBL con IVA</b>	<b>129.470.-€</b>

El presupuesto base de licitación arriba reseñado se desglosa conforme a la estimación realizada por el equipo técnico responsable, de acuerdo con las siguientes asunciones económicas y conforme a las distintas partidas que integran el objeto del contrato:

- **Costes directos (73 %):** Corresponden a los costes necesarios para la ejecución directa del contrato, incluyendo principalmente los costes de personal especializado (director de cuentas y especialistas senior y junior), así como otros costes puntuales directamente vinculados a la prestación del servicio, tales como desplazamientos, elaboración de documentos, dossiers de prensa, diseminación de contenidos o adaptación de documentación, entre otros.
- **Costes indirectos (11 %):** Agrupan aquellos costes generales de estructura no imputables directamente a una tarea concreta pero necesarios para el correcto funcionamiento del servicio, tales como personal de soporte administrativo, gastos de oficina, consumibles, alquileres, licencias de software corporativo o amortizaciones asociadas.
- **Gastos generales (10 %):** Se corresponden con los gastos generales recurrentes del operador económico, tales como seguros de responsabilidad civil, servicios de asesoramiento legal y fiscal, comunicaciones, mantenimiento de la estructura empresarial y tributos aplicables, que permiten el soporte general de la actividad.

- **Beneficio industrial (6 %):** Representa la retribución esperada por el adjudicatario como retorno económico por la ejecución del contrato, calculado sobre la base de una rentabilidad razonable en el mercado para servicios de esta naturaleza.

Asimismo, y con carácter complementario a la descomposición del precio exigido por el artículo 100.2 de la LCSP, se presenta a continuación un desglose funcional del presupuesto estimado en función de los principales bloques de actividad del servicio a contratar:

CONCEPTO	IMPORTE (*)
Ideación y conceptualización del plan de comunicación y estrategia (acciones)	10.000.-€
Coordinación de acciones de relaciones públicas y participación en eventos, gestión de portavoces, discursos y contenidos requeridos	22.000.-€
Servicio de gabinete de prensa	30.000.-€
Redacción, generación y adaptación de contenidos informativos y cualitativos para medios de comunicación o <i>stakeholders</i> clave, foros, así como materiales de opinión	20.000.-€
Gabinete de prensa específico y exclusivo para el evento Talent Arena	25.000.-€
<b>IMPORTE TOTAL</b>	<b>107.000.-€</b>

(\*) Los Importes son en euros e IVA excluido

Este desglose permite visualizar con mayor claridad la asignación presupuestaria estimada para cada una de las líneas estratégicas del servicio, conforme a los objetivos definidos por MWCcapital.



**NOTA:** Tanto el desglose económico por categorías de coste (costes directos, indirectos, gastos generales y beneficio industrial), como el desglose funcional por bloques de actividad del servicio tienen carácter meramente informativo y orientativo, y su finalidad es facilitar la elaboración de las ofertas por parte de los licitadores. En ningún caso resultan vinculantes respecto a la distribución interna de costes que propongan las entidades licitadoras, quienes podrán estructurar su propuesta económica conforme a su propio criterio técnico y operativo, siempre que se respete el importe máximo indicado, así como el objeto del contrato, las condiciones técnicas exigidas y el alcance definido en los pliegos.

El valor estimado del contrato (VEC) asciende a **DOSCIENTOS CATORCE MIL EUROS (214.000.-€)**, al contemplarse la posibilidad de una prórroga adicional de un (1) año, en las mismas condiciones del contrato inicial, con el fin de garantizar la continuidad del servicio y atender adecuadamente las necesidades estructurales de MWCcapital, y no preverse modificaciones.

## 5. DURACIÓN

La duración inicial del contrato será de un (1) año desde la fecha de su formalización, con posibilidad de prorrogar por un (1) año adicional, en los mismos términos y condiciones. La prórroga podrá acordarse por periodos anuales, sin que la duración del contrato, incluidas las prórrogas pueda exceder de dos (2) años.

De conformidad con lo dispuesto en el artículo 29.2 LCSP, la prórroga se acordará por el órgano de contratación y será obligatoria para el contratista, siempre que su preaviso se produzca al menos con dos (2) meses de antelación a la finalización del plazo de duración del contrato. En ningún caso podrá producirse la prórroga por el consentimiento tácito de las partes.

La duración propuesta responde a la naturaleza estratégica y continuada del servicio objeto del contrato, el cual requiere planificación, ejecución y seguimiento de acciones relacionales a medio plazo, garantizando su coherencia, sostenibilidad y efectividad. Asimismo, se ha tenido en cuenta la disponibilidad y planificación de la financiación asociada al contrato para su adecuada ejecución.

## 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.



Todas las entidades licitadoras, ya sean nacionales o extranjeras, que deseen concurrir al presente procedimiento de licitación, deberán acreditar la solvencia que aquí se establece.

**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.

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 el operador económico que resulte adjudicatario cuenta con una capacidad económica suficiente y adecuada para asumir, con garantías de éxito, la correcta ejecución del contrato.

A tal efecto, y conforme a lo establecido en el artículo 87.1.a) de la LCSP, se exige que el **Volumen anual de negocios** del licitador, referido al ejercicio de mayor importe de entre los tres (3) últimos ejercicios disponibles, sea igual o superior a una vez y media el valor anual medio del contrato, con independencia de la fecha de constitución o inicio de actividad de la empresa; esto es, en un mínimo de **CIENTO SESENTA MIL QUINIENTOS EUROS (160.500,00.-€)**.

Este umbral se considera proporcionado en relación con el objeto, la duración y el alcance del contrato, y permite acreditar una mínima capacidad financiera operativa por parte del adjudicatario, sin restringir de forma injustificada el acceso a operadores económicos de dimensión adecuada.

##### **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**

El criterio relativo a la solvencia técnica o profesional tiene por objeto verificar que el operador económico dispone de la experiencia previa, medios humanos y capacidad operativa suficiente y proporcionada para asumir con garantías la ejecución del contrato, conforme a lo previsto en los artículos 90 y siguientes de la LCSP, y en atención a la naturaleza, objeto y valor estimado del presente contrato.

### **6.2.1. Relación de los principales servicios o trabajos realizados:**

Una relación de los principales servicios 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 operador económico. Deberán acreditarse al menos dos (2) contratos realizados para entidades públicas o privadas en el ámbito local, autonómico, estatal y/o internacional, y cuyo importe anual acumulado en el año de mayor ejecución sea igual o superior al 60% del valor estimado del contrato, es decir, al menos **CIENTO VEINTIOCHO MIL CUATROCIENTOS EUROS (128.400,00.-€)**.

Para determinar que un servicio es de igual o similar naturaleza, se atenderá al contenido efectivo de las prestaciones (comunicación, gabinete de prensa o relaciones públicas), con independencia del título formal del contrato o del CPV asignado.

#### Medio 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 de la LCSP (antigüedad inferior a cinco años): Mediante declaración sobre la plantilla media anual, incluyendo al menos cinco (5) empleados desde su de constitución, pudiendo requerirse informe de vida laboral (Tesorería General de la Seguridad Social).

#### **6.2.2. Experiencia en desarrollo de contenidos y estrategias de comunicación externa**

El licitador deberá acreditar experiencia en la elaboración de contenidos estratégicos de comunicación en el marco de la comunicación externa y medios de comunicación, desarrollados durante los tres (3) últimos ejercicios disponibles, para al menos cinco (5) entidades públicas o privadas de ámbito local, autonómico o estatal, de las cuales al menos dos (2) deberán ser de ámbito estatal.

##### Medios de acreditación:

- Mediante declaración responsable que relacione los principales servicios prestados en este ámbito, con indicación de las fechas de ejecución, objeto del servicio, destinatario y el tipo de contenidos elaborados.
- Adicionalmente, y con el fin de contrastar fehacientemente la experiencia de los licitadores, éstos deberán aportar, como mínimo, los siguientes materiales elaborados para medios de comunicación:
  - a) Un (1) ejemplo de nota de prensa en catalán, un (1) ejemplo en castellano y un (1) ejemplo en inglés.
  - b) Un (1) ejemplo de dossier de prensa en catalán, un (1) ejemplo en castellano y un (1) ejemplo en inglés.
  - c) Un (1) ejemplo de convocatoria a medios en catalán, un (1) ejemplo en castellano y un (1) ejemplo en inglés.
  - d) Un (1) ejemplo de Q&A en catalán y un (1) ejemplo en castellano.

- e) Dos (2) ejemplos de *clipping* para clientes del ámbito tecnológico tanto a nivel local como nacional.
- f) Dos (2) ejemplos de acciones de comunicación internacional (notas de prensa o argumentarios preparados) y sus publicaciones internacionales para entidades locales o nacionales y cuya actividad tenga un público o *target* mayoritariamente internacional.

### 6.2.3. Experiencia en relaciones públicas y gestión de gabinetes de prensa

El licitador deberá acreditar experiencia profesional previa en el desarrollo de relaciones públicas y gestión de gabinetes de prensa con entidades públicas y privadas de ámbito local o nacional, vinculadas a los ejes estratégicos de MWCcapital (innovación, tecnología, talento, sostenibilidad).

#### Medio de acreditación:

- Mediante una declaración responsable acompañada de una relación orientativa de instituciones y entidades con las que se ha trabajado, sin necesidad de identificar personas concretas.

Se podrán presentar referencias funcionales agrupadas por categoría garantizando en todo caso la confidencialidad de los datos personales.

**IMPORTANTE:** Aquellos servicios aportados para la acreditación de la solvencia técnica o profesional relativos a la experiencia en contenidos y estrategia de comunicación así como en relaciones públicas y gestión de gabinetes de prensa de la cláusula, no podrán ser aportados como experiencia adicional según lo dispuesto en la cláusula 7.2.2.a) del presente Informe de Necesidad sobre criterios de valoración objetivos o evaluables automáticamente.

### 6.2.4. Equipo de trabajo mínimo y presencia operativa:

El licitador deberá comprometerse a la asignación de **un equipo mínimo** de trabajo para la correcta prestación del servicio objeto del contrato.

El equipo estará compuesto, como mínimo, por:

- Un (1) Director/a de Cuentas con titulación universitaria vinculada al ámbito de la comunicación, publicidad, relaciones públicas, periodismo o similar, y con al menos diez (10) años de experiencia en la gestión de cuentas, especialmente en el ámbito digital y/o tecnológico, y en la gestión de proyectos complejos, especialmente orientados a la gestión público-privada, al cambio constante y

a la gestión de crisis, entre otros.

- Un (1) Especialista Senior con titulación universitaria vinculada al ámbito de la comunicación, publicidad, relaciones públicas, periodismo o similar, y con al menos ocho (8) años de experiencia en alguno de estos ámbitos.
- Un (1) Perfil Junior con titulación universitaria vinculada al ámbito de la comunicación, publicidad, relaciones públicas, periodismo o similar, y con al menos tres (3) años de experiencia en alguno de estos ámbitos.

Asimismo, dada la naturaleza del servicio, el alcance local, estatal e internacional de MWCcapital y la excelencia lingüística exigida a estos efectos, tanto el Especialista Senior como el Perfil Junior deberán acreditar un nivel nativo o C2 de catalán y castellano, y al menos uno (1) de los miembros del equipo deberá acreditar un nivel C2 de inglés, conforme al Marco Común Europeo de Referencia para las Lenguas (MCERL) o equivalente.

#### Medio de acreditación:

- Mediante declaración responsable del licitador comprometiéndose a asignar al contrato el equipo mínimo requerido, acompañada de:
  - a) Currículums vitae de las personas propuestas.
  - b) Documentación acreditativa de titulaciones y certificados oficiales o declaración responsable en relación con los idiomas castellano, catalán e inglés, en su caso.

**NOTA:** A este compromiso se le atribuye el carácter de obligación esencial a los efectos previstos en el artículo 211 de la LCSP.

## 7. CRITERIOS DE ADJUDICACIÓN

La selección de la oferta más ventajosa se determinará considerando 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**.

### 7.1. 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. (ver art. 19.3 del Pliego de Cláusulas Particulares)

Se proponen los siguientes criterios de adjudicación porque se considera que este contrato de servicios tiene una incidencia directa en el posicionamiento estratégico de MWCcapital, especialmente en el ámbito de medios de comunicación y en relación con actores clave en sectores como la innovación, el talento digital, la tecnología y la sostenibilidad. Por ello, resulta imprescindible garantizar un alto nivel de calidad en la prestación del servicio, que permita una interlocución efectiva, una planificación estratégica sólida y una ejecución alineada con los objetivos de la Fundación. En consecuencia, se requiere que las ofertas presentadas permitan valorar no solo aspectos técnicos objetivos, sino también elementos cualitativos de contenido estratégico, enfoque relacional, metodologías de trabajo y propuestas de valor, conforme a los criterios que se detallan a continuación.

**RECORDATORIO:** Se advierte que, de acuerdo con lo establecido en el Pliego de Cláusulas Administrativas Particulares, en atención a la normativa vigente, la inclusión de información en el Sobre 1 que permita desvelar el secreto de la oferta correspondiente a los criterios cuya valoración corresponde a la aplicación de juicio de valor, así como la inclusión de información correspondiente al Sobre 3 (oferta valorable según la aplicación de criterios automáticos) en el Sobre 2, será motivo de exclusión de la oferta.

#### 7.1.1. Plan de comunicación (hasta un máximo de 20 puntos)

**NOTA:** La extensión máxima de este apartado será de **veinticinco (25) páginas** (en vertical u horizontal), letra Arial y tamaño 11 puntos. No computarán a efectos del cómputo las páginas dedicadas a la **portada, índice ni los anexos exclusivamente gráficos o visuales** (como esquemas, mapas relacionales, cronogramas, infografías o materiales de apoyo), siempre que estos se presenten de forma separada y **debidamente referenciados en el cuerpo principal de la propuesta**.

No se tendrán en cuenta, a efectos de valoración, las páginas que superen el límite señalado **cuando contengan texto o contenido argumentativo adicional** no incluido en el cuerpo del documento principal. El tribunal valorará exclusivamente los contenidos que respeten los márgenes formales establecidos.

Los licitadores deberán presentar una propuesta de plan de comunicación transversal específicamente diseñada para MWCcapital, orientado a la comunicación externa de la Fundación, medios de comunicación y gestión de portavoces.

De forma concreta, se valorarán los siguientes extremos:

**a) Estrategia global de comunicación (hasta un máximo de 4 puntos)**

Planteamiento general de la estrategia de comunicación (objetivos, públicos o canales, entre otros)

**b) Definición de objetivos genéricos por canal y por pilares estratégicos: talento digital, transferencia tecnológica y sostenibilidad (hasta un máximo de 6 puntos)**

Claridad y pertinencia de los objetivos propuestos, su alineación con la misión y ejes estratégicos de MWCcapital y su viabilidad en el contexto actual.

**c) Planificación y descripción de las acciones propuestas en la estrategia y calendarización (hasta un máximo de 6 puntos)**

Enfoque específico de la planificación, lógica y calendarización de acciones propuestas para alcanzar los objetivos, así como herramientas y metodologías aplicadas.

**d) Propuesta de diseminación de contenidos estratégicos, informes y contenidos de *brand media* corporativo (hasta un máximo de 4 puntos)**

Propuesta de diseminación planteadas para la consecución de los objetivos definidos en la misma estrategia de comunicación.

En todos los apartados **se valorará especialmente** la estructura y coherencia interna de la propuesta, el grado de desarrollo y calendarización, así como la claridad, orden y viabilidad de las actuaciones previstas.



### 7.1.2. Equipo de trabajo y recursos adicionales (hasta un máximo de 10 puntos)

**NOTA:** La extensión máxima de este apartado será de cinco (5) páginas (en vertical u horizontal), letra Arial y tamaño 11 puntos. No computarán a efectos del cómputo las páginas dedicadas a la **portada, índice** ni los **anexos exclusivamente gráficos o visuales** (como esquemas, mapas relacionales, cronogramas, infografías o materiales de apoyo), siempre que estos se presenten de forma separada y **debidamente referenciados en el cuerpo principal de la propuesta**.

No se tendrán en cuenta, a efectos de valoración, las páginas que superen el límite señalado **cuando contengan texto o contenido argumentativo adicional** no incluido en el cuerpo del documento principal. El tribunal valorará exclusivamente los contenidos que respeten los márgenes formales establecidos.

Los licitadores deberán presentar una propuesta de la composición y organigrama de los medios personales adscritos al contrato para la correcta coordinación y ejecución de los mismos, en la que se valorarán los siguientes extremos:

**a) Dimensionamiento, estructura y organización del equipo asignado** (hasta un máximo de 5 puntos)

- Número de personas del equipo de trabajo, distribución por perfiles, roles e interlocutores, así como el planteamiento propuesto para garantizar la cobertura de ausencias, bajas y contingencias (**hasta un máximo de 2 puntos**)
- Grado de conocimiento sectorial, experiencia, especialización por canal/tipología de tareas a realizar y relevancia profesional del equipo propuesto (**hasta un máximo de 3 puntos**)

**b) Planteamiento cobertura de bajas, eventuales contingencias y puntas de trabajo** (hasta un máximo de 2 puntos)

Con motivo de bajas, eventuales contingencias y puntas de trabajo y, en especial, con motivo de eventuales actividades propias de MWCcapital, sin incluir el periodo asociado al MWC Barcelona, los licitadores deberán presentar una propuesta de planteamiento para su correcta cobertura, coordinación y ejecución del servicio.

**c) Propuesta de equipo independiente y adicional para la cobertura de Talent Arena**  
(hasta un máximo de 3 puntos)

Propuesta de equipo independiente y adicional asignado para la cobertura del evento Talent Arena, que deberá ser cualificado y guardar relación con las tareas a desarrollar en el marco del contrato.

Para la **valoración global** de estos criterios se tomará en consideración la adecuación del equipo a la naturaleza del servicio, el grado de detalle, adecuación con los objetivos y la completitud de la propuesta con el fin de permitir una visibilidad adecuada de cómo se planificarán las tareas en el marco del contrato y todo aquello que suponga una mejora en las prestaciones del mismo.

**IMPORTANTE:** No debe incluirse mención alguna al compromiso de recursos adicionales para el periodo asociado al MWC Barcelona, al valorarse éste como criterio automatico en el Sobre 3

**7.1.3. Plan de cobertura para Talent Arena (hasta un máximo de 10 puntos)**

**NOTA:** La extensión máxima de este apartado será de cinco (5) páginas (en vertical u horizontal), letra Arial y tamaño 11 puntos. No computarán a efectos del cómputo las páginas dedicadas a la **portada, índice ni los anexos exclusivamente gráficos o visuales** (como esquemas, mapas relacionales, cronogramas, infografías o materiales de apoyo), siempre que estos se presenten de forma separada y **debidamente referenciados en el cuerpo principal de la propuesta**.

No se tendrán en cuenta, a efectos de valoración, las páginas que superen el límite señalado **cuando contengan texto o contenido argumentativo adicional** no incluido en el cuerpo del documento principal. El tribunal valorará exclusivamente los contenidos que respeten los márgenes formales establecidos.

Con motivo de la celebración del Talent Arena, se deberá presentar la definición de un plan de cobertura comunicativa específico de este evento que ofrezca una estrategia de comunicación antes, durante y después del mismo con el objetivo de reforzar su posicionamiento y maximizar su visibilidad en medios de comunicación.

El plan deberá contener, como mínimo, los siguientes apartados:

- Planteamiento estratégico alineado con los objetivos del evento
- Descripción de acciones dirigidas a medios de comunicación
- La planificación y calendarización de las acciones
- KPIs de seguimiento y valoración

Para la **valoración global** de este criterio se tomará en consideración la estructura, nivel de desarrollo y calendarización, su coherencia, claridad y visibilidad adecuada de la información que en este plan se contenga.

#### 7.1.4. Modelo de relación y seguimiento (hasta un máximo de 4 puntos)

**NOTA:** La extensión máxima de este apartado será de cinco (5) páginas (en vertical u horizontal), letra Arial y tamaño 11 puntos. No computarán a efectos del cómputo las páginas dedicadas a la **portada, índice** ni los **anexos exclusivamente gráficos o visuales** (como esquemas, mapas relacionales, cronogramas, infografías o materiales de apoyo), siempre que estos se presenten de forma separada y **debidamente referenciados en el cuerpo principal de la propuesta**.

No se tendrán en cuenta, a efectos de valoración, las páginas que superen el límite señalado **cuando contengan texto o contenido argumentativo adicional** no incluido en el cuerpo del documento principal. El tribunal valorará exclusivamente los contenidos que respeten los márgenes formales establecidos.

Los licitadores deberán presentar una propuesta metodológica para la gestión, supervisión y seguimiento del servicio capaz de demostrar los mecanismos para supervisar el desarrollo y seguimiento de las acciones vinculadas a medios de comunicación y gabinete de prensa, y, en consecuencia, del plan de comunicación finalmente aprobado

En particular, se valorarán los siguientes extremos:

- a) **Formato y la periodicidad de las reuniones de seguimiento, herramientas de trabajo y la definición de métricas de rendimiento y cumplimiento de objetivos** (hasta un máximo de 1 punto)
- b) **Propuesta de modelo de informe mensual y anual** (hasta un máximo de 2 puntos)
- c) **Propuesta de modelo de informe por actividad/campaña** (hasta un máximo de 1 puntos)

Para la **valoración** de cada uno de estos criterios se tomará en consideración la estructura, nivel de desarrollo y detalle, su coherencia, claridad y visibilidad adecuada de la información que se entrega.

### 7.1.5. Propuesta de líderes de opinión y foros (hasta un máximo de 6 puntos)

**NOTA:** La extensión máxima de este apartado será de cinco (5) páginas (en vertical u horizontal), letra Arial y tamaño 11 puntos. No computarán a efectos del cómputo las páginas dedicadas a la **portada, índice** ni los **anexos exclusivamente gráficos o visuales** (como esquemas, mapas relacionales, cronogramas, infografías o materiales de apoyo), siempre que estos se presenten de forma separada y **debidamente referenciados en el cuerpo principal de la propuesta**.

No se tendrán en cuenta, a efectos de valoración, las páginas que superen el límite señalado **cuando contengan texto o contenido argumentativo adicional** no incluido en el cuerpo del documento principal. El tribunal valorará exclusivamente los contenidos que respeten los márgenes formales establecidos.

Propuesta de **líderes de opinión y foros clave** en el ecosistema/territorio local o nacional que traten temas vinculados con la tecnología y divulgación, ética y sociedad digital, ciencia e innovación o contenidos cercanos a los fines institucionales de MWCcapital.

- a) La relación de diez (10) opinadores o tertulianos de ámbito local o nacional que tengan presencia en medios de comunicación (hasta un máximo de 2 puntos)
- b) La relación de diez (10) foros, con prioridad en el ámbito de Barcelona y su área metropolitana, adecuados para la presentación de contenidos estratégicos, como informes y estudios, sin coste alguno para la Fundación (hasta un máximo de 4 puntos)

En todos los apartados se **valorará especialmente** que traten temas vinculados a los pilares estratégicos de la Fundación o contenido cercano a los intereses de MWCcapital, así como su variedad en cuanto a género, edad y origen en el caso de los líderes de opinión.

## 7.2. Criterios de adjudicación objetivos o evaluables de forma automática (Hasta un máximo de 50 puntos)

### 7.2.1. Oferta económica (hasta un máximo de 20 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:

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

Si un licitador presentara una oferta que iguale el precio de licitación, quedará admitida pero no obtendrá ninguna puntuación, por no tratarse de ninguna mejora económica. Si un licitador presentara una oferta superior al precio de licitación, quedará automáticamente excluido.

Los licitadores deberán presentar una oferta, de acuerdo con el modelo de oferta económica y otros criterios automáticos adjunto al Pliego de Cláusulas Administrativas Particulares de la presente licitación como Anexo I.

### 7.2.2. Otros criterios automáticos (hasta un máximo de 30 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) Experiencia adicional en la coordinación de gestión de proyectos complejos de comunicación con administraciones o entidades públicas (hasta un máximo de 10 puntos)

Se valorará que el licitador tenga experiencia en la coordinación de gestión de proyectos complejos de comunicación con instituciones o entidades públicas:

- Cinco (5) puntos cuando haya coordinado la gestión de proyectos complejos de comunicación con tres (3) o más administraciones o entidades públicas de ámbito estatal.
- Diez (10) puntos cuando haya coordinado la gestión de proyectos complejos de comunicación con tres (3) o más administraciones o entidades públicas de ámbito estatal, entre las cuales al menos una (1) sea de ámbito europeo.

Se entenderá por proyectos complejos de comunicación aquellos que impliquen el diseño, ejecución y evaluación de una estrategia integral de comunicación multicanal y que contemplen, al menos, tres (3) de los siguientes elementos:

- Investigación previa o diagnóstico comunicacional.
- Definición de públicos objetivos diferenciados.
- Producción de contenidos en diversos formatos (audiovisual, gráfico, digital o impreso, entre otros).
- Coordinación de campañas en múltiples plataformas (redes sociales, medios tradicionales o vía pública, entre otros).
- Implementación de acciones de medición y evaluación de impacto.
- Coordinación con múltiples actores o instituciones (internas y/o externas).

Además, estos proyectos deberán haberse desarrollado durante un período no inferior a tres (3) meses, desde su planteamiento inicial hasta cierre y evaluación, y haber requerido un equipo multidisciplinario de trabajo.

Medio de acreditación: Mediante declaración responsable, siguiendo el modelo de oferta económica y otros criterios automáticos adjunto a los pliegos, acompañada de un listado con la relación de proyectos aportados en los que, al menos, deberá constar la entidad o administración destinataria, la descripción del proyecto, las tareas concretas realizadas, así como las fechas y su duración.

**IMPORTANTE:** Este criterio de valoración tiene carácter adicional a la experiencia requerida como criterio de solvencia técnica o profesional de la cláusula 6.1 del presente Informe de Necesidad. Así, no podrán incluirse en esta relación aquellos servicios aportados para la acreditación de la solvencia técnica relativos a la experiencia en contenidos y estrategia de comunicación así como en relaciones públicas y gestión de gabinetes de prensa de la cláusula.

- b) Volumen de contactos correspondientes a periodistas, directores de medios, opinadores e influencers, así como cualquier otro perfil vinculado a medios de comunicación (hasta un máximo de 8 puntos)**

Se valorará la base de datos del licitador correspondiente a los perfiles señaladas vinculados al objeto del presente servicio:

- Se otorgarán cero (0) puntos cuando cuente con menos de 10.000 contactos en el ámbito de Cataluña y España.
- Se otorgarán cuatro (4) puntos cuando confirme contar con entre 10.000 y 19.999 contactos en el ámbito de Cataluña y España.

- Se otorgarán ocho (8) puntos cuando confirme contar con 20.000 o más contactos en el ámbito de Cataluña y España.

Medio de acreditación: Mediante declaración responsable, siguiendo el modelo de oferta económica y otros criterios automáticos adjunto a los pliegos, acompañada de las previsiones concretas establecidas, en su caso.

**c) Compromiso de recursos adicionales con motivo del MWC Barcelona (hasta un máximo de 6 puntos)**

Con motivo de la celebración del MWC Barcelona, se valorará el compromiso por parte del licitador de aportar los siguientes recursos adicionales de personal durante los periodos previos, de ejecución y posteriores a los mismos, para su correcta cobertura, coordinación y ejecución:

- Se otorgarán seis (6) puntos cuando se asuma un compromiso de aportar un (1) Redactor especialista senior, un (1) Gestor de cuentas y un (1) Redactor especialista junior adicionales, con experiencia mínima todos ellos de tres (3) años.
- Se otorgarán cero (0) puntos cuando no se asuma ningún compromiso.

Medio de acreditación: Mediante declaración responsable, siguiendo el modelo de oferta económica y otros criterios automáticos adjunto a los pliegos acompañada de sus currículums y títulos académicos y/o profesionales.

**d) Compromiso con los plazos de respuesta en la entrega de traducciones (hasta un máximo de 6 puntos)**

Se valorará el compromiso por parte del licitador con los plazos de respuesta en la entrega de traducciones de todo tipo de documentos que requieran de una respuesta urgente y en función de su extensión:

- Se otorgarán cero (0) puntos, cuando el plazo de respuesta sea superior a veinticuatro (24) horas y el compromiso en cuanto a extensión sea inferior a 5000 caracteres, con espacios.
- Se otorgarán cuatro (4) puntos, cuando el plazo de respuesta sea inferior a 24 horas y el compromiso en cuanto a la extensión sea inferior a 5000 caracteres, con espacios.
-



- Se otorgarán seis (6) puntos, cuando el plazo de respuesta sea inferior a 24 horas y el compromiso en cuanto a extensión sea superior a 5000 caracteres, con espacios, e inferior a 20.000 caracteres, con espacios.

Medio de acreditación: Mediante declaración responsable, siguiendo el modelo de oferta económica y otros criterios automáticos adjunto a los pliegos, acompañada de las previsiones concretas establecidas, en su caso.

### **7.2.3. Bajas presuntamente anormales y casos de empate**

Se definen los siguientes límites para la consideración de ofertas, en principio, con valores anormales o desproporcionados:

- Cuando las ofertas agrupadas en el grupo de “Calidad alta” (entre el 76% y el 100% de la puntuación cualitativa) 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 cualitativa) 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 cualitativa) 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 50% de la puntuación cualitativa) 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%.

De acuerdo con la previsión del artículo 149.4 LCSP, se rechazará la oferta si se comprueba que es anormalmente baja porque no cumple las obligaciones aplicables en materia de subcontratación, ambiental, social o laboral establecidas en el Derecho de la Unión, en el Derecho Nacional, los convenios colectivos sectoriales vigentes o por las disposiciones de Derecho internacional enumeradas en el anexo V LCSP.

Asimismo, las ofertas que, de acuerdo con el pliego, puedan ser consideradas anormales o desproporcionadas, serán excluidas si, en el trámite de audiencia, se

evidencia que los salarios considerados a la oferta son inferiores a lo que establece el convenio de aplicación.

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

## **8. SUBCONTRATACIÓN**

Dada la naturaleza estratégica, relacional y sensible del objeto del contrato, centrado en la comunicación externa de la Fundación, relación con los medios de comunicación y la gestión de portavoces, resulta imprescindible que el grueso de las prestaciones sea ejecutado directamente por el adjudicatario, para garantizar la calidad, confidencialidad y reactividad requeridas.

En consecuencia, y de conformidad con lo dispuesto en el artículo 215.2 de la Ley 9/2017, de Contratos del Sector Público (LCSP), la ejecución del presente contrato deberá realizarse mayoritariamente con medios propios del adjudicatario, quedando prohibida la subcontratación de aquellas prestaciones que constituyan el núcleo esencial del objeto contractual. En particular:

- Seguimiento y gestión del servicio.
- La interlocución con MWCcapital y con medios de comunicación, periodistas y stakeholders.
- La elaboración de planes estratégicos y materiales.
- El diseño, impulso y acompañamiento en acciones de relaciones públicas.

Excepcionalmente, podrá admitirse la subcontratación de prestaciones auxiliares no estratégicas, tales como:

- Soporte técnico de diseño gráfico o maquetación.
- Traducciones puntuales no cubiertas por el equipo propio, si no se ha comprometido la redacción directa en inglés.
- Apoyo logístico en eventos o desplazamientos.

En todo caso, cualquier subcontratación deberá cumplir los requisitos previstos en el artículo 215 de la LCSP, y estar previamente autorizada por MWCcapital conforme a lo establecido en el Pliego de Cláusulas Administrativas Particulares (PCAP). Dicha autorización quedará condicionada a que la subcontratación no afecte a la calidad, la confidencialidad ni a la capacidad de respuesta exigidas para la correcta ejecución del contrato.

## 9. MESA DE CONTRATACIÓN

La mesa estará constituida por:

- Presidenta: **Laia Corbella**, Chief of Communications & Corporate Affairs de MWCcapital, o persona en quien delegue;
- Secretaria: **Marta Duelo**, Chief of Legal & Contractual Services de MWCcapital, o persona en quien delegue;
- Vocal: **Carme Ponte**; Chief of General Services de MWCcapital, o persona en quien delegue;
- Vocal técnico 1: **Victor Solvas**, Head of Press & PR de MWCcapital, o persona en quien delegue;
- Vocal técnico 2: **Emily Henley**, PR executive de MWCcapital; 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 6 de junio de 2025



---

Laia Corbella  
Chief of Communications & Corporate Affairs  
Fundació Barcelona Mobile World Capital Foundation