

**SERVICIO DE COMUNICACIÓN, GABINETE DE PRENSA Y RELACIONES PÚBLICAS
PARA FUNDACIÓ BARCELONA MOBILE WORLD CAPITAL FOUNDATION**

Exp. A/F202512/S

**ACTA DE VALORACIÓN DEL SOBRE 2, CONTENEDOR DE LOS CRITERIOS DE
ADJUDICACIÓN SUBJETIVOS O PONDERABLES MEDIANTE UN JUICIO DE VALOR**

En Barcelona, a **16 de julio de 2025, a las 9:30 horas**, se constituye la Mesa de Contratación con los siguientes asistentes:

- Presidenta: **Laia Corbella**, Chief of Communications & Corporate Affairs de MWCapital;
- Secretaria: **Marta Duelo**, Chief of Legal & Contractual Services de MWCapital;
- Vocal: **Carme Ponte**; Chief of General Services de MWCapital;
- Vocal técnico 1: **Victor Solvas**, Head of Press & PR de MWCapital;
- Vocal técnico 2: **Emily Henley**, PR Executive de MWCapital.

ANTECEDENTES

Para esta licitación ha sido obligatorio el uso de medios electrónicos, informáticos o telemáticos en todas las fases del procedimiento de contratación, incluidas las correspondientes a la presentación de las ofertas.

DESARROLLO DE LA SESIÓN

- I. El objeto de la presente sesión es analizar y, en su caso, ratificar el contenido y conclusiones del informe técnico realizado por la ponencia técnica de la Mesa de Contratación, de fecha 16 de julio de 2025, respecto a la propuesta de los tres (3) operadores económicos presentados y, asimismo, aceptados en esta fase de la licitación de referencia (Exp. A/F202512/S), habiendo superado la fase de verificación de sus aptitudes y no habiendo incurrido en deficiencias a la hora de

presentar sus ofertas; esto es:

1. ATREVIA COMUNICACIÓN, S.L.U.
 2. HARMON CORPORATE AFFAIRS
 3. ROMAN Y ASOCIADOS, S.A.
- II. La ponencia técnica explica en detalle la valoración realizada para los tres (3) operadores económicos concurrentes en esta fase de la licitación, así como la puntuación alcanzada.

A la vista de las conclusiones del informe, la Mesa de Contratación adopta los siguientes

ACUERDOS

PRIMERO. Tener por realizada la valoración respecto de las proposiciones presentadas por los tres (3) operadores económicos concurrentes en esta fase de la licitación, de conformidad con lo dispuesto en el informe de valoración que se adjunta a la presente acta como Anexo I, así como ratificarse en la valoración y puntuación otorgadas.

SEGUNDO. Publicar el resultado de la valoración de las proposiciones contenidas en el Sobre 2 de los tres (3) operadores económicos concurrentes en esta fase de la licitación (Exp. A/F202512/S) en la Plataforma de Contratación de la Generalitat de Catalunya y proceder con la apertura del Sobre 3, correspondiente a los criterios objetivos o evaluables de forma automática.

Y ASÍ, finalizado el acto, se levanta la sesión; y para constancia de lo tratado redacto el acta, que yo, la Secretaria de la Mesa de Contratación, someto a la firma del Presidente; doy fe.



Laia Corbella
Presidenta de la Mesa



Marta Dueño
Secretaria de la Mesa

Anexo I

Informe de valoración de la ponencia técnica

[*Sigue documento*]

Expediente A/F202512/S

Procedimiento abierto (contratación armonizada)

Contrato para la prestación de un servicio de comunicación, gabinete de prensa y relaciones públicas para Fundació Barcelona Mobile World Capital Foundation.

INFORME TÉCNICO DE VALORACIÓN DEL SOBRE 2, CORRESPONDIENTE A LOS CRITERIOS SUBJETIVOS O PONDERABLES EN FUNCIÓN DE UN JUICIO DE VALOR

1. CRITERIOS DE ADJUDICACIÓN

De conformidad con lo previsto el Pliego de Cláusulas Administrativas Particulares que rigen la licitación para Fundació Barcelona Mobile World Capital Foundation (en adelante “**MWCapital**” o la “**Fundación**”, indistintamente), las proposiciones presentadas y admitidas han sido estudiadas, valoradas y ponderadas, conforme a los criterios de valoración subjetivos o ponderables en función de un juicio de valor establecidos a continuación:

A. 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 de la LCSP, 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)*

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.*

1. Plan de comunicación (hasta un máximo de 35 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 MWCapital, 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 MWCapital 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.

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 MWCapital, 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 automático en el Sobre 3

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.

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.

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 MWCapital.

- 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 MWCapital, así como su variedad en cuanto a género, edad y origen en el caso de los líderes de opinión.

2. EMPRESAS OBJETO DE VALORACIÓN

A continuación, y de conformidad con lo establecido en los artículos 146, 150 y 157 de la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público, se procede a evaluar, conforme a los referidos criterios, la propuesta presentada por las tres (3) empresas concurrentes de esta licitación; esto es **ATREVIA COMUNICACIÓN, S.L.U.**; **HARMON CORPORATE AFFAIRS** y **ROMAN Y ASOCIADOS, S.A.**

3. VALORACIÓN

A tenor del acuerdo de la Mesa de Contratación tras la apertura del Sobre 2 del procedimiento de referencia, se ha dado traslado a esta ponencia técnica de las tres (3) ofertas técnicas presentadas, a fin de proceder a la valoración de los criterios sometidos a juicio de valor.

En cumplimiento de dicha petición, se ha analizado la documentación justificativa o propuesta técnica de las referidas ofertas desde la perspectiva de los criterios y subcriterios establecidos en el Pliego de Cláusulas Administrativas Particulares más arriba reseñados, para poder puntuar los distintos apartados. En la valoración de cada criterio se ha tratado de ser lo más objetivo y transparente posible, desglosando cada uno en cada uno de los subcriterios e ítems valorables de aplicación, en su caso, y

tratando de repartir los puntos de cada criterio según cada uno de estos ítems valorables.

Con todas estas premisas, se resume a continuación el contenido y análisis de las ofertas presentadas y objeto de valoración:

ATREVIA COMUNICACIÓN, S.L.U.

ATREVIA COMUNICACIÓN, S.L.U. presenta una propuesta técnica que incluye la información necesaria para poder realizar una valoración acorde a los criterios de adjudicación subjetivos o sujetos a criterios ponderables en función de juicios de valor del servicio de referencia, aunque sobrepasa el límite de páginas establecidos en los pliegos para el Plan de comunicación.

a) Plan de comunicación

- Estrategia global de comunicación**

La propuesta de ATREVIA COMUNICACIÓN, S.L.U. presenta una estrategia de comunicación global coherente y adaptada a las necesidades específicas de MWCapital. Parte de un enfoque integral que articula la comunicación externa de la Fundación con acciones dirigidas a medios de comunicación y gestión de portavoces, alineadas con su misión y sus pilares estratégicos: talento digital, transferencia tecnológica y sostenibilidad.

Se valora positivamente la realización de un *Media Audit* previo, tanto con periodistas como con ciudadanía, que permite una aproximación realista y basada en evidencia sobre la percepción externa de MWCapital. Este ejercicio ha proporcionado una base sólida para el diagnóstico de situación, lo que ha permitido construir una estrategia fundamentada en datos y percepciones contrastadas.

El análisis DAFO incluido en la propuesta refleja de manera precisa las fortalezas y oportunidades de la Fundación. No obstante, se identifican ciertas amenazas cuya relevancia para el ámbito de comunicación de MWCapital es limitada. Aun así, el diagnóstico general se considera riguroso y útil como punto de partida estratégico.

En cuanto al planteamiento de ejecución, la propuesta reconoce adecuadamente los valores de la Fundación y los pilares estratégicos definidos, proponiendo acciones para reforzarlos desde la comunicación externa. Sin embargo, algunas de las acciones incluidas, si bien conceptualmente alineadas, exceden el alcance y las competencias contempladas en esta licitación, lo que plantea dudas sobre su viabilidad operativa.

Se destaca también una correcta identificación y descripción de los públicos clave y los atributos fundamentales de MWCapital, pero se detecta la ausencia de un plan de acción específico que aborde de forma concreta los principales retos comunicativos identificados a través del *Media Audit*, lo cual limita parcialmente la capacidad de la estrategia para cerrar los puntos críticos detectados.

En consecuencia, en este apartado, el licitador obtiene una puntuación total de **3,5 puntos**.

- **Definición de objetivos genéricos por canal y por pilares estratégicos: talento digital, transferencia tecnológica y sostenibilidad**

La propuesta de ATREVIA COMUNICACIÓN, S.L.U., presenta una definición adecuada de objetivos comunicativos estructurados por canal y alineados con los pilares estratégicos de MWCapital: talento digital, transferencia tecnológica y sostenibilidad. La formulación de objetivos muestra claridad conceptual y una intención alineada con los ejes de actuación de la Fundación, aunque con ciertos desajustes en cuanto a su pertinencia y viabilidad dentro del marco de la presente licitación.

Se valora positivamente la amplitud de canales contemplados para la difusión de los mensajes clave, incluyendo medios ganados, propios y sociales. Sin embargo, algunos de los canales propuestos —como encuentros 1to1 o formatos de relaciones institucionales— exceden las funciones previstas en esta licitación, lo que condiciona su aplicabilidad real en el contexto operativo definido.

En cuanto a la definición de objetivos por pilares estratégicos:

- **Talento Digital:** La propuesta identifica iniciativas de visibilización y posicionamiento, aunque hace referencia a proyectos que ya no forman parte activa del catálogo de actividades de MWCapital.
- **Transferencia Tecnológica:** El planteamiento es coherente y propone acciones específicas para poner en valor el papel de MWCapital como agente conector entre actores del ecosistema de innovación. Los objetivos en este eje están alineados con la misión de la Fundación y presentan un grado razonable de viabilidad.
- **Sostenibilidad:** Aunque se plantean acciones orientadas a comunicar la implicación de la Fundación en temas de sostenibilidad, se echa en falta una mención explícita al *MWCapital Awards*, proyecto emblemático en este ámbito. Esta omisión debilita la propuesta estratégica en un eje fundamental para la imagen pública de la Fundación.

Por otro lado, no se identifican objetivos orientados a abordar un reto clave detectado en la encuesta ciudadana: la diferenciación entre las marcas MWCapital y MWC. Esta ausencia representa una oportunidad desaprovechada para reforzar la identidad propia de la Fundación en el imaginario público.

En consecuencia, en este apartado, el licitador obtiene una puntuación total de **4 puntos**.

- **Planificación y descripción de las acciones propuestas en la estrategia y calendarización**

La propuesta de ATREVIA COMUNICACIÓN, S.L.U., presenta una planificación detallada y bien estructurada de las acciones previstas, con una descripción amplia del alcance del servicio y de los ejes de actuación contemplados. Si bien se aprecia un enfoque estratégico sólido, se han identificado elementos que exceden las competencias establecidas en la licitación, como la gestión de relaciones institucionales, la estrategia de eventos o el apoyo a la comunicación interna, lo que reduce la aplicabilidad directa de algunas propuestas.

La estrategia de actuación presenta una lógica coherente en cuanto a secuencia, conexión con los objetivos definidos y uso de herramientas y metodologías de comunicación. Se incluye un plan de acciones que abarca los tres ejes estratégicos de MWCapital, con una definición adecuada de contenidos para el área de **Talento Digital**, que se ajusta a los objetivos y temáticas de interés. No obstante, en los ejes de **Transferencia Tecnológica y Sostenibilidad**, los contenidos propuestos se alejan en parte de las líneas de acción reales de la Fundación, lo que resta precisión y alineación.

Uno de los puntos fuertes de la propuesta es la **descripción exhaustiva de la actividad comunicativa durante el Mobile World Congress (MWC)**, que incluye una planificación rica en formatos, contenidos y materiales a generar. Sin embargo, algunas de las iniciativas previstas resultan excesivamente ambiciosas y presentan dificultades de aplicación en el marco operativo y presupuestario de esta licitación.

El plan de acciones propuesto para **Transferencia Tecnológica y Talento Digital** es completo y contiene iniciativas con potencial para reforzar el posicionamiento de MWCapital en estos ámbitos. Por el contrario, las acciones relacionadas con **Tech4Good** no responden a los objetivos actuales ni a la línea de actividad vigente de la Fundación, y su inclusión no aporta valor directo a esta licitación.

Adicionalmente, los ejemplos de eventos aportados para cada área se encuentran fuera del alcance de esta licitación y, en algunos casos —como en el eje de

Transferencia Tecnológica—, no se corresponden con la actividad real ni con las prioridades estratégicas actuales del proyecto.

Como aspecto especialmente positivo, se incluye un **calendario de difusión de acciones** complementado por un **calendario de oportunidades de posicionamiento**, que refuerza la proyección estratégica de la planificación y permite anticipar acciones comunicativas relevantes a lo largo del año.

En consecuencia, en este apartado, el licitador obtiene una puntuación total de **4 puntos**.

- **Propuesta de diseminación de contenidos estratégicos, informes y contenidos de *brand media* corporativo**

Este apartado no se tiene en cuenta a los efectos de valoración de la propuesta dado que se encuentra ubicado en las páginas que superan la extensión límite de veinticinco (25) páginas establecido en el apartado *7.1.1. Plan comunicación* de la página 14 del Informe de necesidad y en el cuadro de características del Pliego de Cláusulas Administrativas Particulares.

En consecuencia, en este apartado, la empresa obtiene una puntuación total de **0 puntos**.

En consecuencia, en este apartado sobre el **Plan de comunicación ATREVIA COMUNICACIÓN, S.L.U.**, obtiene una puntuación total de **11,5 puntos**.

b) Equipo de trabajo y recursos adicionales

- **Dimensionamiento, estructura y organización del equipo asignado**

La propuesta de ATREVIA COMUNICACIÓN, S.L.U. presenta un equipo dimensionado de forma adecuada para dar cobertura al conjunto del servicio requerido. El planteamiento incluye **perfiles senior con amplia experiencia en el sector de la comunicación y las relaciones públicas**, lo que garantiza un nivel de especialización y conocimiento alineado con los objetivos estratégicos de MWCapital.

Se valora especialmente la **presencia de profesionales ubicados en Madrid**, lo que refuerza la capacidad del equipo para gestionar de manera eficaz las relaciones con medios de comunicación de ámbito estatal. Asimismo, se ha previsto la participación de perfiles con experiencia en la **gestión de acciones en otros territorios del Estado y en contextos internacionales**, aspecto clave para un proyecto con proyección nacional e internacional como el de MWCapital.

Adicionalmente, el equipo propuesto **incluye profesionales con alta especialización en comunicación para el sector tecnológico**, lo que refuerza aún más su idoneidad para cubrir con solvencia los objetivos comunicativos de la Fundación.

La organización del equipo demuestra una **estructura funcional clara y orientada a resultados**, lo que, junto con la combinación de perfiles estratégicos, ejecutivos, tecnológicos y relationales, contribuye a asegurar la correcta implementación de la propuesta de comunicación.

En consecuencia, en este apartado, la empresa obtiene una puntuación total de **5 puntos**.

- **Planteamiento cobertura de bajas, eventuales contingencias y puntas de trabajo**

La propuesta de ATREVIA COMUNICACIÓN, S.L.U. presenta un equipo integrado por profesionales con **amplia experiencia y especialización en comunicación aplicada al sector tecnológico**, lo que garantiza una cobertura sólida ante posibles contingencias, ausencias puntuales o aumentos temporales de carga de trabajo.

La estructura del equipo permite una **respuesta ágil y eficaz ante imprevistos**, manteniendo la continuidad del servicio y asegurando que los objetivos comunicativos de MWCapital se cumplan en todo momento. La combinación de perfiles senior y multidisciplinares aporta versatilidad y capacidad de adaptación a distintas situaciones operativas, reforzando la solidez de la propuesta en este apartado.

En consecuencia, en este apartado, la empresa obtiene una puntuación total de **2 puntos**.

- **Propuesta de equipo independiente y adicional para la cobertura de Talent Arena**

La propuesta de ATREVIA COMUNICACIÓN, S.L.U. incluye un equipo independiente específicamente destinado a la cobertura del **Talent Arena**, correctamente dimensionado y con la **experiencia necesaria para atender las necesidades comunicativas del evento**. El planteamiento demuestra una comprensión adecuada de las particularidades de este espacio, proponiendo perfiles especializados capaces de gestionar su visibilidad y cobertura mediática de forma eficaz.

Se valora de forma positiva que se indique expresamente que **el equipo se activará en función de la necesidad**, lo que refleja una planificación flexible y eficiente en el uso de recursos, adaptada a la demanda real del servicio.

No obstante, se **echa en falta la inclusión de algún perfil ejecutivo adicional**, que permita reforzar la coordinación general y elevar el nivel estratégico de las acciones en momentos clave. Aun así, se especifica que **el equipo podrá ampliarse en caso necesario**, lo que mitiga parcialmente esta limitación.

En conjunto, se trata de una propuesta bien planteada, con buena capacidad operativa y adaptable a las necesidades de MWCapital en el marco del Talent Arena.

En consecuencia, en este apartado, la empresa obtiene una puntuación total de **3 puntos**.

En consecuencia, en este apartado sobre el **Equipo de trabajo y recursos adicionales**, ATREVIA COMUNICACIÓN, S.L.U., obtiene una puntuación total de **10 puntos**.

c) Plan de cobertura para Talent Arena

La propuesta de ATREVIA COMUNICACIÓN, S.L.U., presenta una **definición general adecuada de los objetivos comunicativos, herramientas a emplear y posicionamiento institucional del Talent Arena**, con una aproximación alineada a nivel conceptual con los fines del evento. También se identifican de forma correcta algunas temáticas a tratar.

Sin embargo, buena parte de las actuaciones previstas se apoyan en **eventos y actividades que se escapan del ámbito de este contrato y que cuentan con un presupuesto propio**, lo cual compromete directamente la viabilidad y pertinencia del plan presentado. Esta dependencia de recursos externos impide garantizar que las acciones puedan ejecutarse efectivamente desde la propuesta licitada.

Asimismo, aunque se incluye una planificación temporal y algunos KPIs, estos elementos resultan **genéricos y poco desarrollados**, sin una vinculación clara con las acciones específicas ni con indicadores realistas de seguimiento y evaluación del impacto.

En conjunto, se trata de una propuesta con un enfoque estratégico bien intencionado, pero con **carencias significativas en cuanto a ejecución, adecuación al objeto de la licitación y definición de métricas de impacto**, lo que limita seriamente su aplicabilidad y eficacia en el contexto del Talent Arena.

En consecuencia, en este apartado sobre el **Plan de cobertura para Talent Arena**, ATREVIA COMUNICACIÓN, S.L.U., obtiene una puntuación total de **4 puntos**.

d) Modelo de relación y seguimiento

- **Formato y la periodicidad de las reuniones de seguimiento, herramientas de trabajo y la definición de métricas de rendimiento y cumplimiento de objetivos**

La propuesta de ATREVIA COMUNICACIÓN, S.L.U., presenta un **planteamiento adecuado en cuanto a la frecuencia y formato de las reuniones de seguimiento**, asegurando un control periódico del desarrollo del servicio y de la implementación del plan de comunicación. Se prevé una estructura de encuentros regulares que permite una supervisión continua, así como la detección y corrección temprana de posibles desviaciones.

Se incluyen **herramientas de trabajo colaborativas** que facilitan el intercambio de información, el reporte de avances y la trazabilidad de las acciones vinculadas al gabinete de prensa y a la relación con medios. Además, se definen **métricas de rendimiento y cumplimiento de objetivos**, lo que permite evaluar la eficacia del servicio de forma objetiva y alineada con los objetivos estratégicos de MWCapital.

En consecuencia, en este apartado, la empresa obtiene una puntuación total de **1 punto**.

- **Propuesta de modelo de informe mensual y anual**

La propuesta de ATREVIA COMUNICACIÓN, S.L.U., presenta un **modelo estructurado de informes mensual, anual y específicos por acción**, lo que permite realizar un seguimiento exhaustivo y segmentado del rendimiento del servicio a lo largo del tiempo. Esta planificación documental favorece tanto la supervisión operativa como la evaluación estratégica del impacto comunicativo.

Se valora positivamente la **especificación de herramientas de seguimiento** para la recopilación y análisis de datos, así como la definición de **KPIs adecuados y esperados** para valorar el éxito de las acciones en medios y gabinete de prensa. Estos indicadores permiten medir de forma clara y objetiva el cumplimiento de los objetivos establecidos, aportando transparencia y trazabilidad al proceso de evaluación.

En consecuencia, en este apartado, la empresa obtiene una puntuación total de **2 puntos**.

- **Propuesta de modelo de informe por actividad/campaña**

La propuesta de ATREVIA COMUNICACIÓN, S.L.U. presenta una estructura específica para el seguimiento de campañas puntuales, con un enfoque propio que

contempla tanto **KPIs cuantitativos como cualitativos**, lo que permite un análisis integral del impacto de cada acción.

Se valora positivamente la voluntad de diferenciar este tipo de informes respecto al seguimiento general, así como la atención prestada al análisis individualizado de acciones concretas. Sin embargo, el modelo presentado no se diferencia de forma significativa del utilizado para la actividad recurrente, lo que limita su utilidad como herramienta específica de evaluación de campañas. Asimismo, **no se incorporan ejemplos gráficos o visuales** que ayuden a ilustrar la presentación y utilidad práctica del informe.

En consecuencia, en este apartado, la empresa obtiene una puntuación total de **0,7 puntos**.

En consecuencia, en este apartado sobre el **Modelo de relación y seguimiento**, ATREVIA COMUNICACIÓN, S.L.U., obtiene una puntuación total de **3,7 puntos**.

e) Propuesta de líderes de opinión y foros

- **La relación de diez (10) opinadores o tertulianos de ámbito local o nacional que tengan presencia en medios de comunicación**

La propuesta de ATREVIA COMUNICACIÓN, S.L.U., presenta una **relación adecuada de diez opinadores y tertulianos**, con presencia en medios de comunicación y **perfiles relevantes dentro del ecosistema comunicativo del sector tecnológico**. Se aprecia una selección bien enfocada, con especial atención a la vinculación temática de cada perfil con los **ejes estratégicos de MWC**Capital: talento digital, transferencia tecnológica y sostenibilidad.

Además, el licitador **especifica los temas de especialización de cada opinador** y detalla con claridad **cuáles de ellos mantienen relación directa con el equipo propuesto**, lo que facilita su activación en futuras acciones de posicionamiento y visibilidad.

No obstante, se **echa en falta la inclusión de algún perfil adicional vinculado directamente a medios de comunicación o con trayectoria como periodista**, lo que habría contribuido a equilibrar la propuesta y ampliar su potencial de incidencia mediática.

En consecuencia, en este apartado, la empresa obtiene una puntuación total de **1,75 puntos**.

- **La relación de diez (10) foros, con prioridad en el ámbito de Barcelona y su área metropolitana, adecuados para la prestación de contenidos estratégicos, como informes y estudios, sin coste alguno para la Fundación**

La propuesta de ATREVIA COMUNICACIÓN, S.L.U., presenta una **selección adecuada de foros**, en su mayoría vinculados a los **ejes estratégicos de MWCapital**, y con presencia destacada en **Barcelona y su área metropolitana**. Los espacios identificados son, en general, apropiados para la presentación de informes y estudios sin coste para la Fundación.

Se valora especialmente la **inclusión de los foros organizados por ATREVIA**, que ofrecen una **vía orgánica para facilitar relaciones institucionales con actores clave**, aportando un valor añadido a nivel relacional y de posicionamiento.

Sin embargo, **algunos de los foros propuestos no se consideran especialmente relevantes o presentan un encaje difícil con las temáticas propias de MWCapital**, lo que reduce parcialmente la adecuación global de la propuesta en este apartado.

En consecuencia, en este apartado, la empresa obtiene una puntuación total de **3,5 puntos**.

En consecuencia, en este apartado sobre la **Propuesta de líderes de opinión y foros**, ATREVIA COMUNICACIÓN, S.L.U., obtiene una puntuación total de **5,25 puntos**.

HARMON CORPORATE AFFAIRS

HARMON CORPORATE AFFAIRS, presenta una propuesta técnica que incluye la información necesaria para poder realizar una valoración acorde a los criterios de adjudicación subjetivos o sujetos a criterios ponderables en función de juicios de valor del servicio de referencia.

a) Plan de comunicación

- **Estrategia global de comunicación**

La propuesta de HARMON CORPORATE AFFAIRS, presenta un **planteamiento estratégico que identifica de forma adecuada algunos de los retos comunicativos actuales de MWCapital**, así como un **análisis de su presencia en medios de comunicación catalanes, españoles e internacionales**. Este diagnóstico inicial permite detectar ciertos puntos de mejora relevantes.

No obstante, **algunas de las observaciones presentadas resultan valorativas y poco fundamentadas**, lo que debilita la solidez del análisis.

Se valora positivamente la **inclusión de un benchmark internacional** con el objetivo de ofrecer referencias externas y ampliar el marco estratégico. Sin embargo, los **proyectos seleccionados no guardan relación directa con la actividad ni con la naturaleza de MWCapital**, por lo que **este análisis comparativo no aporta valor sustancial al desarrollo de la propuesta**.

En cuanto a la identificación de públicos, esta se considera correcta en términos generales. Sin embargo, **se echa en falta una jerarquización clara** que posicione a **los medios de comunicación y periodistas como público prioritario**, elemento clave para garantizar una difusión efectiva de los mensajes institucionales hacia el resto de audiencias.

En conjunto, se trata de un planteamiento que incluye algunos elementos estratégicos relevantes, pero con **limitaciones importantes en su aplicabilidad y alineación con los objetivos reales de comunicación de la Fundación**.

En consecuencia, en este apartado, el licitador obtiene una puntuación total de **1,75 puntos**.

- **Definición de objetivos genéricos por canal y por pilares estratégicos: talento digital, transferencia tecnológica y sostenibilidad**

La propuesta de HARMON CORPORATE AFFAIRS, una **definición de objetivos por pilares estratégicos poco concreta**, sin desarrollar con suficiente claridad cómo se materializan en acciones de comunicación viables y alineadas con la actividad real de MWCapital. En particular, los objetivos formulados para los ejes de **Talento Digital y Sostenibilidad** carecen de **vinculación directa con los proyectos y líneas de trabajo principales** de estas áreas, lo que limita notablemente su pertinencia y aplicabilidad.

Asimismo, **se echa en falta la inclusión de hitos clave y proyectos estratégicos concretos** de cada una de las áreas como elementos articuladores de los objetivos propuestos. Esta ausencia dificulta la conexión entre la estrategia de comunicación planteada y la actividad efectiva de la Fundación, reduciendo su utilidad como herramienta operativa.

En consecuencia, en este apartado, el licitador obtiene una puntuación total de **1,75 puntos**.

- **Planificación y descripción de las acciones propuestas en la estrategia y calendarización**

La propuesta de HARMON CORPORATE AFFAIRS, presenta una planificación de **acciones que se alejan significativamente de la actividad real que desarrolla MWCapital**, sin establecer una conexión clara con los objetivos, proyectos o hitos consolidados de la Fundación. Varias de las campañas planteadas **resultan difíciles de interpretar o contextualizar**, lo que limita su utilidad práctica y dificulta su aplicación en un entorno operativo real.

Asimismo, **se obvian de forma sistemática las principales acciones y momentos clave del calendario institucional de MWCapital**, lo que genera una **desconexión entre la estrategia propuesta y la planificación real de la entidad**. Esta falta de alineación compromete la coherencia general del planteamiento.

Además, el plan de acción presentado **excede el ámbito de actuación definido en la presente licitación**, incluyendo propuestas que no se corresponden con las competencias ni con el alcance previsto, lo que afecta negativamente a su viabilidad.

En conjunto, la propuesta no responde de manera efectiva a los requerimientos de la licitación en cuanto a planificación estratégica, lógica de ejecución ni adecuación presupuestaria.

En consecuencia, en este apartado, el licitador obtiene una puntuación total de **1 punto**.

- **Propuesta de diseminación de contenidos estratégicos, informes y contenidos de brand media corporativo**

HARMON CORPORATE AFFAIRS presenta una propuesta que incorpora elementos valiosos para la diseminación de contenidos estratégicos de MWCapital, destacando especialmente la **estrategia de monitorización de la actualidad**, que permite identificar oportunidades comunicativas tanto desde una perspectiva reactiva como proactiva. Este enfoque facilita una mayor sintonía con el contexto mediático y favorece el posicionamiento de la Fundación en temáticas de interés.

Asimismo, se valora positivamente la **creación de un sistema estandarizado para la difusión de informes institucionales**, contemplando diferentes horizontes temporales (corto, medio y largo plazo), lo que aporta orden y continuidad al trabajo de comunicación corporativa.

Sin embargo, la propuesta presenta cierta **falta de desarrollo en cuanto a los canales concretos, formatos específicos y planificación detallada de las acciones**, lo que

limita su aplicabilidad operativa y su alineación directa con los objetivos definidos en la estrategia de comunicación. Además, se echa en falta una mayor adaptación de los contenidos de *brand media* a los distintos públicos y entornos de diseminación.

En consecuencia, en este apartado, el licitador obtiene una puntuación total de **2,5 puntos**.

En consecuencia, en este apartado sobre el **Plan de comunicación HARMON CORPORATE AFFAIRS**, obtiene una puntuación total de **7 puntos**.

b) Equipo de trabajo y recursos adicionales

• Dimensionamiento, estructura y organización del equipo asignado

La propuesta de HARMON CORPORATE AFFAIRS, presenta un **equipo responsable del servicio bien dimensionado**, con una **estructura equilibrada y perfiles diversos** que cubren de forma adecuada las necesidades del contrato. Se valora especialmente la **combinación de profesionales con experiencia periodística** y otros perfiles especializados en **relaciones institucionales e incidencia pública**, lo que dota al equipo de una mirada estratégica y operativa complementaria.

Además, se destaca como un elemento de valor añadido la **inclusión de un consejo asesor**, que puede aportar visión externa, criterio experto y refuerzo a la toma de decisiones en momentos clave del servicio.

El equipo propuesto cuenta con **trayectorias acreditadas en distintos ámbitos de la comunicación**, tanto en el contexto nacional como internacional, lo que garantiza un nivel elevado de profesionalidad y capacidad de adaptación a los diferentes retos que puedan surgir durante la ejecución del contrato.

En consecuencia, en este apartado, la empresa obtiene una puntuación total de **5 puntos**.

• Planteamiento cobertura de bajas, eventuales contingencias y puntas de trabajo

La propuesta de HARMON CORPORATE AFFAIRS, presenta una **estructura clara del equipo de trabajo**, con una distribución definida por perfiles y roles, así como la designación de interlocutores responsables, lo que garantiza una **organización funcional adecuada para la ejecución del servicio**.

En cuanto al **plan de cobertura de ausencias, bajas y contingencias**, se valora positivamente la **inclusión de perfiles senior con experiencia y especialización equivalente al equipo principal**, lo que asegura la continuidad del servicio en caso de incidencias.

Sin embargo, **se echa en falta la previsión de perfiles específicos para cubrir posibles bajas en áreas clave como el ámbito relacional y de incidencia pública**, así como la **incorporación de perfiles más operativos**, que puedan dar soporte en tareas de ejecución diaria. Estas ausencias limitan ligeramente la cobertura integral del servicio en contextos de alta demanda o sustituciones imprevistas.

En consecuencia, en este apartado, la empresa obtiene una puntuación total de **1,75 puntos**.

- **Propuesta de equipo independiente y adicional para la cobertura de Talent Arena**

La propuesta de HARMON CORPORATE AFFAIRS, incluye la definición de un **equipo independiente destinado a la cobertura del Talent Arena**, conformado por **profesionales con experiencia y conocimientos adecuados** para asumir con solvencia las necesidades comunicativas específicas de este espacio. Los perfiles propuestos muestran un buen ajuste al contexto del evento y refuerzan la capacidad operativa del equipo principal.

No obstante, la propuesta **no detalla aspectos clave como los tiempos o condiciones de activación del equipo**, lo que dificulta evaluar la disponibilidad real y la capacidad de respuesta ante necesidades concretas de cobertura. Esta falta de precisión en la operativa limita parcialmente la efectividad del planteamiento.

En consecuencia, en este apartado, la empresa obtiene una puntuación total de **2 puntos**.

En consecuencia, en este apartado sobre el **Equipo de trabajo y recursos adicionales**, HARMON CORPORATE AFFAIRS, obtiene una puntuación total de **8,75 puntos**.

c) Plan de cobertura para Talent Arena

La propuesta de HARMON CORPORATE AFFAIRS, presenta una **identificación general adecuada de los objetivos comunicativos** del Talent Arena, aunque se aprecia una **insistencia en el enfoque hacia un público joven**, cuando en realidad se trata de un evento dirigido principalmente a **desarrolladores profesionales**, lo que revela cierta falta de ajuste en la definición del público objetivo.

Se valora positivamente la **estructura estratégica en fases diferenciadas (antes, durante y después del evento)**, que permite organizar las acciones de forma secuencial. No obstante, el desarrollo del plan presenta **limitaciones importantes en cuanto a los contenidos y recursos propuestos**. En particular, no se tienen en cuenta materiales estratégicos ya existentes y de alto valor para MWCapital, como el **informe Digital Talent Overview**, ni se alinea plenamente con los **objetivos y el estilo comunicativo de la Fundación**.

Asimismo, aunque se considera relevante la **inclusión de una propuesta de periodistas objetivo con los que interactuar, la falta de definición de acciones concretas durante el evento** limita severamente la capacidad de la cobertura para maximizar su impacto mediático en tiempo real.

Por el contrario, la propuesta sí ofrece una **buenas estructura para el cierre y análisis de resultados**, incluyendo mecanismos de evaluación que podrían ser útiles en una fase posterior del proyecto.

En consecuencia, en este apartado sobre el **Plan de cobertura para Talent Arena, HARMON CORPORATE AFFAIRS**, obtiene una puntuación total de **2 puntos**.

d) **Modelo de relación y seguimiento**

- **Formato y la periodicidad de las reuniones de seguimiento, herramientas de trabajo y la definición de métricas de rendimiento y cumplimiento de objetivos**

La propuesta de HARMON CORPORATE AFFAIRS, presenta un **planteamiento adecuado en cuanto a la frecuencia y formato de las reuniones de seguimiento, diferenciando claramente entre reuniones recurrentes de coordinación comunicativa, encuentros destinados a la evaluación del posicionamiento reputacional y sesiones específicas para la revisión y alineación estratégica**. Esta estructura favorece un seguimiento ordenado, ágil y orientado a resultados.

Además, se contempla el uso de **herramientas colaborativas de trabajo y la aplicación de métricas claras para medir el rendimiento y el cumplimiento de los objetivos establecidos**, lo que permite un control continuo y efectivo del servicio.

En consecuencia, en este apartado, la empresa obtiene una puntuación total de **1 puntos**.

- **Propuesta de modelo de informe mensual y anual**

La propuesta de HARMON CORPORATE AFFAIRS, presenta un **modelo claro de informe mensual y anual**, que contempla una **estructura orientativa con índice y contenidos definidos**, facilitando la comprensión de los elementos que se evaluarán periódicamente.

Se valora positivamente la **aportación de ejemplos visuales del entregable**, que permiten anticipar el formato, la presentación de datos y el estilo de comunicación de los informes, lo que demuestra una orientación práctica y alineada con los estándares esperados por MWCapital.

En consecuencia, en este apartado, la empresa obtiene una puntuación total de **2 puntos**.

- **Propuesta de modelo de informe por actividad/campaña**

La propuesta de HARMON CORPORATE AFFAIRS, presenta un **modelo de informe específico para campañas o actividades puntuales**, con una **estructura clara y detallada**, que contempla los apartados necesarios para evaluar cada acción de forma individualizada. Entre los contenidos propuestos se incluyen la descripción de las acciones ejecutadas, objetivos, canales, así como **indicadores clave de rendimiento (KPIs)** para medir el alcance y el impacto de la campaña.

Se valora especialmente la inclusión de **ejemplos gráficos y visuales del formato del entregable**, lo que permite anticipar la usabilidad, claridad y eficacia del informe como herramienta de análisis y toma de decisiones.

En consecuencia, en este apartado, la empresa obtiene una puntuación total de **1 punto**.

En consecuencia, en este apartado sobre el **Modelo de relación y seguimiento**, HARMON CORPORATE AFFAIRS, obtiene una puntuación total de **4 puntos**.

e) Propuesta de líderes de opinión y foros

- **La relación de diez (10) opinadores o tertulianos de ámbito local o nacional que tengan presencia en medios de comunicación**

La propuesta de HARMON CORPORATE AFFAIRS, presenta una **relación adecuada de Key Opinion Leaders (KOL)**, compuesta por perfiles con **relevancia en el ecosistema tecnológico nacional**, lo que aporta valor en términos de conocimiento

sectorial y potencial de influencia en temas afines a los fines institucionales de MWCapital.

Sin embargo, se detecta una escasa presencia de periodistas o figuras directamente vinculadas a medios de comunicación, cuya inclusión habría fortalecido la propuesta desde el punto de vista de la visibilidad mediática. Asimismo, no se establece una vinculación explícita entre los perfiles seleccionados y los ejes estratégicos de MWCapital (talento digital, transferencia tecnológica y sostenibilidad), lo que dificulta valorar su adecuación específica al proyecto.

Por último, no se indica si el licitador mantiene relación directa o contacto previo con los perfiles propuestos, aspecto que otros licitadores sí han especificado y que podría facilitar su activación en futuras acciones de comunicación.

En consecuencia, en este apartado, la empresa obtiene una puntuación total de **1,5 puntos**.

- La relación de diez (10) foros, con prioridad en el ámbito de Barcelona y su área metropolitana, adecuados para la prestación de contenidos estratégicos, como informes y estudios, sin coste alguno para la Fundación

La propuesta de HARMON CORPORATE AFFAIRS, presenta una relación de foros con presencia en Barcelona y su área metropolitana, con espacios que, en algunos casos, podrían servir como plataformas para la presentación de contenidos estratégicos de MWCapital.

No obstante, se echan en falta eventos de referencia dentro del ecosistema tecnológico, así como foros específicos vinculados a los ejes estratégicos de MWCapital, en particular en el ámbito de la Transferencia Tecnológica, donde la ausencia de propuestas como el Deep Tech Summit representa una oportunidad no aprovechada.

Asimismo, la inclusión de foros centrados en temáticas alejadas de los objetivos institucionales, como los vinculados al empleo, los recursos humanos o la economía azul, limita la pertinencia general de la selección y su alineación con los públicos clave de la Fundación.

En consecuencia, en este apartado, la empresa obtiene una puntuación total de **2 puntos**.

En consecuencia, en este apartado sobre la **Propuesta de líderes de opinión y foros**, HARMON CORPORATE AFFAIRS, obtiene una puntuación total de **3,5 puntos**.

ROMAN Y ASOCIADOS, S.A.

ROMAN Y ASOCIADOS, S.A., presenta una propuesta técnica que incluye la información necesaria para poder realizar una valoración acorde a los criterios de adjudicación subjetivos o sujetos a criterios ponderables en función de juicios de valor, aunque sobrepasa el límite de páginas establecidos en los pliegos para el Plan de comunicación. del servicio de referencia.

a) Plan de comunicación

- **Estrategia global de comunicación**

La propuesta de ROMAN Y ASOCIADOS, S.A., parte de un **planteamiento estratégico bien fundamentado**, que sitúa la actividad comunicativa de MWCapital en un contexto sectorial relevante y alineado con el **Plan Estratégico de la Fundación**. Se valora especialmente la **vinculación explícita con los pilares de actuación** —talento digital, transferencia tecnológica y sostenibilidad—, así como la mención de los temas prioritarios a tratar en el marco de la comunicación externa.

La **identificación de los públicos objetivos** es adecuada y abarca los perfiles clave para MWCapital; sin embargo, **no se destaca el papel central que juegan los medios de comunicación como canal prioritario** para alcanzar al resto de audiencias, lo cual representa una omisión relevante dentro del enfoque propuesto.

En consecuencia, en este apartado, el licitador obtiene una puntuación total de **3,75 puntos**.

- **Definición de objetivos genéricos por canal y por pilares estratégicos: talento digital, transferencia tecnológica y sostenibilidad**

La propuesta de ROMAN Y ASOCIADOS, S.A., presenta una **identificación precisa y realista de los objetivos comunicativos**, con un enfoque claro y aplicable.

Se valora de forma muy positiva la **estructuración de los objetivos en función de los pilares estratégicos** de MWCapital, lo que demuestra un **conocimiento profundo del funcionamiento de la Fundación** y una correcta traducción de su misión institucional en términos operativos de comunicación.

En consecuencia, en este apartado, el licitador obtiene una puntuación total de **6 puntos**.

- **Planificación y descripción de las acciones propuestas en la estrategia y calendarización**

La propuesta de ROMAN Y ASOCIADOS, S.A., presenta un plan de acción recoge de forma adecuada **los principales hitos estratégicos de MWCapital**, con una propuesta que refleja **conocimiento actualizado y segmentado por eje temático**, lo cual aporta coherencia y profundidad al enfoque propuesto.

La propuesta incluye además una **amplia cobertura de medios y una estrategia de amplificación multicanal**, lo que amplía las posibilidades de difusión. Sin embargo, se detecta la inclusión de **algún proyecto que ya no forma parte de la actividad actual de la Fundación**, así como de ciertos **contenidos que exceden el alcance definido por la licitación**, lo que afecta parcialmente a la viabilidad operativa del plan.

En consecuencia, en este apartado, el licitador obtiene una puntuación total de **4 puntos**.

- **Propuesta de diseminación de contenidos estratégicos, informes y contenidos de brand media corporativo**

Este apartado no se tiene en cuenta a los efectos de valoración de la propuesta dado que se encuentra ubicado en las páginas que superan la extensión límite de veinticinco (25) páginas establecido en el apartado *7.1.1. Plan comunicación* de la página 14 del Informe de necesidad y en el cuadro de características del Pliego de Cláusulas Administrativas Particulares.

En consecuencia, en este apartado, el licitador obtiene una puntuación total de **0 puntos**.

En consecuencia, en este apartado sobre el **Plan de comunicación ROMAN Y ASOCIADOS, S.A.**, obtiene una puntuación total de **13,75 puntos**.

b) Equipo de trabajo y recursos adicionales

- **Dimensionamiento, estructura y organización del equipo asignado**

La propuesta de ROMAN Y ASOCIADOS, S.A., presenta un **planteamiento sólido y equilibrado en cuanto a la estructura y composición del equipo de trabajo**, con un

dimensionamiento plenamente adecuado a las necesidades operativas y estratégicas de MWCapital.

Se valora especialmente la **diversidad y complementariedad de los perfiles propuestos**, que combinan experiencia en comunicación corporativa, relaciones con medios y gestión de proyectos en el ámbito tecnológico. Así, el equipo incluye **profesionales con una sólida trayectoria y especialización en comunicación para el sector tecnológico**, lo que garantiza la capacidad técnica necesaria para abordar los objetivos comunicativos de la Fundación con solvencia y criterio.

Se trata de una propuesta que ofrece **garantías de ejecución tanto en lo estratégico como en lo operativo**, sustentada en un equipo altamente cualificado y bien alineado con el entorno de actuación de MWCapital.

En consecuencia, en este apartado, la empresa obtiene una puntuación total de **5 puntos**.

- **Planteamiento cobertura de bajas, eventuales contingencias y puntas de trabajo**

La propuesta de ROMAN Y ASOCIADOS, S.A., incluye un **plan de cobertura de bajas sólido y bien estructurado**, con la previsión de profesionales con un **alto grado de experiencia y especialización equivalente al equipo principal**. Esta medida garantiza la **continuidad del servicio sin comprometer la calidad ni la alineación estratégica** en caso de imprevistos o sustituciones temporales.

El planteamiento demuestra **una buena planificación preventiva** y capacidad de respuesta ante contingencias, lo que aporta solidez operativa al conjunto de la propuesta.

En consecuencia, en este apartado, la empresa obtiene una puntuación total de **2 puntos**.

- **Propuesta de equipo independiente y adicional para la cobertura de Talent Arena**

La propuesta de ROMAN Y ASOCIADOS, S.A., presenta un **equipo específico para la cobertura del Talent Arena, correctamente dimensionado y con experiencia suficiente** para responder a los requerimientos comunicativos del evento. Así, los perfiles seleccionados muestran **conocimiento del entorno y del tipo de audiencia**, aportando valor a nivel de ejecución y posicionamiento.

Se valora de forma especialmente positiva la **designación de una persona del equipo principal como interlocutora directa** con el equipo de Talent Arena, lo que asegura **coherencia en el enfoque, alineación estratégica y fluidez en la coordinación interna**.

En consecuencia, en este apartado, la empresa obtiene una puntuación total de **3 puntos**.

En consecuencia, en este apartado sobre el **Equipo de trabajo y recursos adicionales**, ROMAN Y ASOCIADOS, S.A., obtiene una puntuación total de **10 puntos**.

c) Plan de cobertura para Talent Arena

La propuesta de ROMAN Y ASOCIADOS, S.A., presenta un **plan de cobertura comunicativa específico para el Talent Arena** que cumple con los requisitos solicitados, estructurado en **fases diferenciadas (antes, durante y después del evento)**, lo que permite una planificación clara y ordenada de las acciones previstas.

Se valora positivamente el **enfoque estratégico orientado a la ampliación de medios de comunicación involucrados en la cobertura**, lo que contribuye al objetivo de reforzar la visibilidad y posicionamiento del evento. Asimismo, el **planteamiento de acciones durante los días del evento es adecuado**, con propuestas realistas y alineadas con las necesidades del Talent Arena.

No obstante, **algunas acciones previstas en la fase previa al evento generan dudas sobre su viabilidad o alineación con los objetivos definidos**, lo que reduce ligeramente la solidez del plan en su conjunto. También se observa que **ciertas propuestas se escapan parcialmente del alcance comunicativo establecido**, aunque sin comprometer de forma significativa la coherencia general de la estrategia.

En cuanto a los **indicadores de seguimiento (KPIs)**, se plantean métricas adecuadas, tanto cuantitativas como cualitativas, que permiten una **evaluación comparativa útil para el análisis de resultados y la mejora continua del enfoque de comunicación**.

En consecuencia, en este apartado sobre el **Plan de cobertura para Talent Arena**, ROMAN Y ASOCIADOS, S.A., obtiene una puntuación total de **7 puntos**.

d) Modelo de relación y seguimiento

- **Formato y la periodicidad de las reuniones de seguimiento, herramientas de trabajo y la definición de métricas de rendimiento y cumplimiento de objetivos**

La propuesta de ROMAN Y ASOCIADOS, S.A. presenta una **frecuencia adecuada de reuniones**, diferenciando entre sesiones operativas de seguimiento, revisiones estratégicas y evaluación del posicionamiento.

Se valora especialmente la **detallada propuesta de herramientas de seguimiento**, que garantiza una coordinación eficaz y trazabilidad de las acciones comunicativas.

En consecuencia, en este apartado, la empresa obtiene una puntuación total de **1 punto**.

- **Propuesta de modelo de informe mensual y anual**

La propuesta de ROMAN Y ASOCIADOS, S.A., incluye un **modelo de informes mensual y anual completo**, con KPIs adecuados a las necesidades de seguimiento de MWCapital.

Se valora muy positivamente la inclusión de **ejemplos visuales del formato de entrega**, lo que permite anticipar la claridad, estructura y utilidad práctica del informe como herramienta de evaluación.

En consecuencia, en este apartado, la empresa obtiene una puntuación total de **2 puntos**.

- **Propuesta de modelo de informe por actividad/campaña**

La propuesta de ROMAN Y ASOCIADOS, S.A., presenta un modelo de informe por actividad o campaña **bien definido**, con estructura clara, KPIs específicos y enfoque adaptado a acciones puntuales.

Se valora positivamente el análisis cualitativo y los puntos de mejora incluidos en el informe específico para acciones, así como la inclusión de métricas específicas para informes clave para la Fundación como el del MWC.

En consecuencia, en este apartado, la empresa obtiene una puntuación total de **1 punto**.

En consecuencia, en este apartado sobre el **Modelo de relación y seguimiento**, ROMAN Y ASOCIADOS, S.A., obtiene una puntuación total de **4 puntos**.

e) Propuesta de líderes de opinión y foros

- La relación de diez (10) opinadores o tertulianos de ámbito local o nacional que tengan presencia en medios de comunicación

La propuesta de ROMAN Y ASOCIADOS, S.A., presenta una **relación adecuada de líderes de opinión y tertulianos relevantes en el ecosistema comunicativo del sector tecnológico**, con perfiles bien alineados con los fines de MWCapital.

Se valora muy positivamente la **incorporación de métricas de redes sociales**, que permiten conocer el **alcance e influencia comunicativa de cada perfil propuesto**.

En consecuencia, en este apartado, la empresa obtiene una puntuación total de **2 puntos**.

- La relación de diez (10) foros, con prioridad en el ámbito de Barcelona y su área metropolitana, adecuados para la prestación de contenidos estratégicos, como informes y estudios, sin coste alguno para la Fundación

La propuesta de ROMAN Y ASOCIADOS, S.A., presenta una selección de foros adecuada y **en su mayoría vinculada a los ejes estratégicos de MWCapital**.

No obstante, algunos de los espacios incluidos **presentan una vinculación limitada con la actividad específica de la Fundación**, lo que reduce ligeramente la coherencia del conjunto.

En consecuencia, en este apartado, la empresa obtiene una puntuación total de **3,5 puntos**.

En consecuencia, en este apartado sobre la **Propuesta de líderes de opinión y foros**, ROMAN Y ASOCIADOS, S.A., obtiene una puntuación total de **5,5 puntos**.

4. CONCLUSIÓN

En resumen, la evaluación basada en criterios subjetivos o ponderables conforme a un juicio de valor ha producido el resultado que se adjunta como Anexo I a este informe, que suscribe la ponencia técnica de la Mesa de Contratación.

En Barcelona, a 16 de julio de 2025

Victor Solvas
Head of Press & PR de MWCapital

Emily Henley
PR Executive de MWCapital

ANEXO I. RESUMEN DE VALORACIÓN:

	ATREVIA COMUNICACIÓN, S.L.U.	HARMON CORPORATE AFFAIRS	ROMAN Y ASOCIADOS, S.A.
Plan de comunicación (hasta un máximo de 20 puntos)	11,5	7	13,75
Equipo de trabajo y recursos adicionales (hasta un máximo de 10 puntos)	10	8,75	10
Plan de coberturas para Talent Arena (hasta un máximo de 10 puntos)	4	2	7
Modelo de relación y seguimiento (hasta un máximo de 4 puntos)	3,7	4	4
Propuesta de líderes de opinión y foros (hasta un máximo de 6 puntos)	5,25	3,5	5,5
TOTAL	34,45	25,25	40,25

Expediente A/F202512/S

Procedimiento abierto (contratación armonizada)

Contrato para la prestación de un servicio de comunicación, gabinete de prensa y relaciones públicas para Fundació Barcelona Mobile World Capital Foundation.

INFORME TÉCNICO DE VALORACIÓN DEL SOBRE 2, CORRESPONDIENTE A LOS CRITERIOS SUBJETIVOS O PONDERABLES EN FUNCIÓN DE UN JUICIO DE VALOR

1. CRITERIOS DE ADJUDICACIÓN

De conformidad con lo previsto el Pliego de Cláusulas Administrativas Particulares que rigen la licitación para Fundació Barcelona Mobile World Capital Foundation (en adelante “**MWCapital**” o la “**Fundación**”, indistintamente), las proposiciones presentadas y admitidas han sido estudiadas, valoradas y ponderadas, conforme a los criterios de valoración subjetivos o ponderables en función de un juicio de valor establecidos a continuación:

A. 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 de la LCSP, 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)

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.

1. Plan de comunicación (hasta un máximo de 35 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 MWCapital, 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 MWCapital 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.

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 MWC, 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 automático en el Sobre 3

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.

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.

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 MWCapital.

- 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 MWCapital, así como su variedad en cuanto a género, edad y origen en el caso de los líderes de opinión.

2. EMPRESAS OBJETO DE VALORACIÓN

A continuación, y de conformidad con lo establecido en los artículos 146, 150 y 157 de la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público, se procede a evaluar, conforme a los referidos criterios, la propuesta presentada por las tres (3) empresas concurrentes de esta licitación; esto es **ATREVIA COMUNICACIÓN, S.L.U.**; **HARMON CORPORATE AFFAIRS** y **ROMAN Y ASOCIADOS, S.A.**

3. VALORACIÓN

A tenor del acuerdo de la Mesa de Contratación tras la apertura del Sobre 2 del procedimiento de referencia, se ha dado traslado a esta ponencia técnica de las tres (3) ofertas técnicas presentadas, a fin de proceder a la valoración de los criterios sometidos a juicio de valor.

En cumplimiento de dicha petición, se ha analizado la documentación justificativa o propuesta técnica de las referidas ofertas desde la perspectiva de los criterios y subcriterios establecidos en el Pliego de Cláusulas Administrativas Particulares más arriba reseñados, para poder puntuar los distintos apartados. En la valoración de cada criterio se ha tratado de ser lo más objetivo y transparente posible, desglosando cada uno en cada uno de los subcriterios e ítems valorables de aplicación, en su caso, y

tratando de repartir los puntos de cada criterio según cada uno de estos ítems valorables.

Con todas estas premisas, se resume a continuación el contenido y análisis de las ofertas presentadas y objeto de valoración:

ATREVIA COMUNICACIÓN, S.L.U.

ATREVIA COMUNICACIÓN, S.L.U. presenta una propuesta técnica que incluye la información necesaria para poder realizar una valoración acorde a los criterios de adjudicación subjetivos o sujetos a criterios ponderables en función de juicios de valor del servicio de referencia, aunque sobrepasa el límite de páginas establecidos en los pliegos para el Plan de comunicación.

a) Plan de comunicación

- Estrategia global de comunicación**

La propuesta de ATREVIA COMUNICACIÓN, S.L.U. presenta una estrategia de comunicación global coherente y adaptada a las necesidades específicas de MWCapital. Parte de un enfoque integral que articula la comunicación externa de la Fundación con acciones dirigidas a medios de comunicación y gestión de portavoces, alineadas con su misión y sus pilares estratégicos: talento digital, transferencia tecnológica y sostenibilidad.

Se valora positivamente la realización de un *Media Audit* previo, tanto con periodistas como con ciudadanía, que permite una aproximación realista y basada en evidencia sobre la percepción externa de MWCapital. Este ejercicio ha proporcionado una base sólida para el diagnóstico de situación, lo que ha permitido construir una estrategia fundamentada en datos y percepciones contrastadas.

El análisis DAFO incluido en la propuesta refleja de manera precisa las fortalezas y oportunidades de la Fundación. No obstante, se identifican ciertas amenazas cuya relevancia para el ámbito de comunicación de MWCapital es limitada. Aun así, el diagnóstico general se considera riguroso y útil como punto de partida estratégico.

En cuanto al planteamiento de ejecución, la propuesta reconoce adecuadamente los valores de la Fundación y los pilares estratégicos definidos, proponiendo acciones para reforzarlos desde la comunicación externa. Sin embargo, algunas de las acciones incluidas, si bien conceptualmente alineadas, exceden el alcance y las competencias contempladas en esta licitación, lo que plantea dudas sobre su viabilidad operativa.

Se destaca también una correcta identificación y descripción de los públicos clave y los atributos fundamentales de MWCapital, pero se detecta la ausencia de un plan de acción específico que aborde de forma concreta los principales retos comunicativos identificados a través del *Media Audit*, lo cual limita parcialmente la capacidad de la estrategia para cerrar los puntos críticos detectados.

En consecuencia, en este apartado, el licitador obtiene una puntuación total de **3,5 puntos**.

- **Definición de objetivos genéricos por canal y por pilares estratégicos: talento digital, transferencia tecnológica y sostenibilidad**

La propuesta de ATREVIA COMUNICACIÓN, S.L.U., presenta una definición adecuada de objetivos comunicativos estructurados por canal y alineados con los pilares estratégicos de MWCapital: talento digital, transferencia tecnológica y sostenibilidad. La formulación de objetivos muestra claridad conceptual y una intención alineada con los ejes de actuación de la Fundación, aunque con ciertos desajustes en cuanto a su pertinencia y viabilidad dentro del marco de la presente licitación.

Se valora positivamente la amplitud de canales contemplados para la difusión de los mensajes clave, incluyendo medios ganados, propios y sociales. Sin embargo, algunos de los canales propuestos —como encuentros 1to1 o formatos de relaciones institucionales— exceden las funciones previstas en esta licitación, lo que condiciona su aplicabilidad real en el contexto operativo definido.

En cuanto a la definición de objetivos por pilares estratégicos:

- **Talento Digital:** La propuesta identifica iniciativas de visibilización y posicionamiento, aunque hace referencia a proyectos que ya no forman parte activa del catálogo de actividades de MWCapital.
- **Transferencia Tecnológica:** El planteamiento es coherente y propone acciones específicas para poner en valor el papel de MWCapital como agente conector entre actores del ecosistema de innovación. Los objetivos en este eje están alineados con la misión de la Fundación y presentan un grado razonable de viabilidad.
- **Sostenibilidad:** Aunque se plantean acciones orientadas a comunicar la implicación de la Fundación en temas de sostenibilidad, se echa en falta una mención explícita al *MWCapital Awards*, proyecto emblemático en este ámbito. Esta omisión debilita la propuesta estratégica en un eje fundamental para la imagen pública de la Fundación.

Por otro lado, no se identifican objetivos orientados a abordar un reto clave detectado en la encuesta ciudadana: la diferenciación entre las marcas MWCapital y MWC. Esta ausencia representa una oportunidad desaprovechada para reforzar la identidad propia de la Fundación en el imaginario público.

En consecuencia, en este apartado, el licitador obtiene una puntuación total de **4 puntos**.

- **Planificación y descripción de las acciones propuestas en la estrategia y calendarización**

La propuesta de ATREVIA COMUNICACIÓN, S.L.U., presenta una planificación detallada y bien estructurada de las acciones previstas, con una descripción amplia del alcance del servicio y de los ejes de actuación contemplados. Si bien se aprecia un enfoque estratégico sólido, se han identificado elementos que exceden las competencias establecidas en la licitación, como la gestión de relaciones institucionales, la estrategia de eventos o el apoyo a la comunicación interna, lo que reduce la aplicabilidad directa de algunas propuestas.

La estrategia de actuación presenta una lógica coherente en cuanto a secuencia, conexión con los objetivos definidos y uso de herramientas y metodologías de comunicación. Se incluye un plan de acciones que abarca los tres ejes estratégicos de MWCapital, con una definición adecuada de contenidos para el área de **Talento Digital**, que se ajusta a los objetivos y temáticas de interés. No obstante, en los ejes de **Transferencia Tecnológica y Sostenibilidad**, los contenidos propuestos se alejan en parte de las líneas de acción reales de la Fundación, lo que resta precisión y alineación.

Uno de los puntos fuertes de la propuesta es la **descripción exhaustiva de la actividad comunicativa durante el Mobile World Congress (MWC)**, que incluye una planificación rica en formatos, contenidos y materiales a generar. Sin embargo, algunas de las iniciativas previstas resultan excesivamente ambiciosas y presentan dificultades de aplicación en el marco operativo y presupuestario de esta licitación.

El plan de acciones propuesto para **Transferencia Tecnológica y Talento Digital** es completo y contiene iniciativas con potencial para reforzar el posicionamiento de MWCapital en estos ámbitos. Por el contrario, las acciones relacionadas con **Tech4Good** no responden a los objetivos actuales ni a la línea de actividad vigente de la Fundación, y su inclusión no aporta valor directo a esta licitación.

Adicionalmente, los ejemplos de eventos aportados para cada área se encuentran fuera del alcance de esta licitación y, en algunos casos —como en el eje de

Transferencia Tecnológica—, no se corresponden con la actividad real ni con las prioridades estratégicas actuales del proyecto.

Como aspecto especialmente positivo, se incluye un **calendario de difusión de acciones** complementado por un **calendario de oportunidades de posicionamiento**, que refuerza la proyección estratégica de la planificación y permite anticipar acciones comunicativas relevantes a lo largo del año.

En consecuencia, en este apartado, el licitador obtiene una puntuación total de **4 puntos**.

- **Propuesta de diseminación de contenidos estratégicos, informes y contenidos de *brand media* corporativo**

Este apartado no se tiene en cuenta a los efectos de valoración de la propuesta dado que se encuentra ubicado en las páginas que superan la extensión límite de veinticinco (25) páginas establecido en el apartado *7.1.1. Plan comunicación* de la página 14 del Informe de necesidad y en el cuadro de características del Pliego de Cláusulas Administrativas Particulares.

En consecuencia, en este apartado, la empresa obtiene una puntuación total de **0 puntos**.

En consecuencia, en este apartado sobre el **Plan de comunicación ATREVIA COMUNICACIÓN, S.L.U.**, obtiene una puntuación total de **11,5 puntos**.

b) Equipo de trabajo y recursos adicionales

- **Dimensionamiento, estructura y organización del equipo asignado**

La propuesta de ATREVIA COMUNICACIÓN, S.L.U. presenta un equipo dimensionado de forma adecuada para dar cobertura al conjunto del servicio requerido. El planteamiento incluye **perfiles senior con amplia experiencia en el sector de la comunicación y las relaciones públicas**, lo que garantiza un nivel de especialización y conocimiento alineado con los objetivos estratégicos de MWCapital.

Se valora especialmente la **presencia de profesionales ubicados en Madrid**, lo que refuerza la capacidad del equipo para gestionar de manera eficaz las relaciones con medios de comunicación de ámbito estatal. Asimismo, se ha previsto la participación de perfiles con experiencia en la **gestión de acciones en otros territorios del Estado y en contextos internacionales**, aspecto clave para un proyecto con proyección nacional e internacional como el de MWCapital.

Adicionalmente, el equipo propuesto **incluye profesionales con alta especialización en comunicación para el sector tecnológico**, lo que refuerza aún más su idoneidad para cubrir con solvencia los objetivos comunicativos de la Fundación.

La organización del equipo demuestra una **estructura funcional clara y orientada a resultados**, lo que, junto con la combinación de perfiles estratégicos, ejecutivos, tecnológicos y relacionales, contribuye a asegurar la correcta implementación de la propuesta de comunicación.

En consecuencia, en este apartado, la empresa obtiene una puntuación total de **5 puntos**.

- **Planteamiento cobertura de bajas, eventuales contingencias y puntas de trabajo**

La propuesta de ATREVIA COMUNICACIÓN, S.L.U. presenta un equipo integrado por profesionales con **amplia experiencia y especialización en comunicación aplicada al sector tecnológico**, lo que garantiza una cobertura sólida ante posibles contingencias, ausencias puntuales o aumentos temporales de carga de trabajo.

La estructura del equipo permite una **respuesta ágil y eficaz ante imprevistos**, manteniendo la continuidad del servicio y asegurando que los objetivos comunicativos de MWCapital se cumplan en todo momento. La combinación de perfiles senior y multidisciplinares aporta versatilidad y capacidad de adaptación a distintas situaciones operativas, reforzando la solidez de la propuesta en este apartado.

En consecuencia, en este apartado, la empresa obtiene una puntuación total de **2 puntos**.

- **Propuesta de equipo independiente y adicional para la cobertura de Talent Arena**

La propuesta de ATREVIA COMUNICACIÓN, S.L.U. incluye un equipo independiente específicamente destinado a la cobertura del **Talent Arena**, correctamente dimensionado y con la **experiencia necesaria para atender las necesidades comunicativas del evento**. El planteamiento demuestra una comprensión adecuada de las particularidades de este espacio, proponiendo perfiles especializados capaces de gestionar su visibilidad y cobertura mediática de forma eficaz.

Se valora de forma positiva que se indique expresamente que **el equipo se activará en función de la necesidad**, lo que refleja una planificación flexible y eficiente en el uso de recursos, adaptada a la demanda real del servicio.

No obstante, se **echa en falta la inclusión de algún perfil ejecutivo adicional**, que permita reforzar la coordinación general y elevar el nivel estratégico de las acciones en momentos clave. Aun así, se especifica que **el equipo podrá ampliarse en caso necesario**, lo que mitiga parcialmente esta limitación.

En conjunto, se trata de una propuesta bien planteada, con buena capacidad operativa y adaptable a las necesidades de MWCapital en el marco del Talent Arena.

En consecuencia, en este apartado, la empresa obtiene una puntuación total de **3 puntos**.

En consecuencia, en este apartado sobre el **Equipo de trabajo y recursos adicionales**, ATREVIA COMUNICACIÓN, S.L.U., obtiene una puntuación total de **10 puntos**.

c) Plan de cobertura para Talent Arena

La propuesta de ATREVIA COMUNICACIÓN, S.L.U., presenta una **definición general adecuada de los objetivos comunicativos, herramientas a emplear y posicionamiento institucional del Talent Arena**, con una aproximación alineada a nivel conceptual con los fines del evento. También se identifican de forma correcta algunas temáticas a tratar.

Sin embargo, buena parte de las actuaciones previstas se apoyan en **eventos y actividades que se escapan del ámbito de este contrato y que cuentan con un presupuesto propio**, lo cual compromete directamente la viabilidad y pertinencia del plan presentado. Esta dependencia de recursos externos impide garantizar que las acciones puedan ejecutarse efectivamente desde la propuesta licitada.

Asimismo, aunque se incluye una planificación temporal y algunos KPIs, estos elementos resultan **genéricos y poco desarrollados**, sin una vinculación clara con las acciones específicas ni con indicadores realistas de seguimiento y evaluación del impacto.

En conjunto, se trata de una propuesta con un enfoque estratégico bien intencionado, pero con **carencias significativas en cuanto a ejecución, adecuación al objeto de la licitación y definición de métricas de impacto**, lo que limita seriamente su aplicabilidad y eficacia en el contexto del Talent Arena.

En consecuencia, en este apartado sobre el **Plan de cobertura para Talent Arena**, ATREVIA COMUNICACIÓN, S.L.U., obtiene una puntuación total de **4 puntos**.

d) **Modelo de relación y seguimiento**

- **Formato y la periodicidad de las reuniones de seguimiento, herramientas de trabajo y la definición de métricas de rendimiento y cumplimiento de objetivos**

La propuesta de ATREVIA COMUNICACIÓN, S.L.U., presenta un **planteamiento adecuado en cuanto a la frecuencia y formato de las reuniones de seguimiento**, asegurando un control periódico del desarrollo del servicio y de la implementación del plan de comunicación. Se prevé una estructura de encuentros regulares que permite una supervisión continua, así como la detección y corrección temprana de posibles desviaciones.

Se incluyen **herramientas de trabajo colaborativas** que facilitan el intercambio de información, el reporte de avances y la trazabilidad de las acciones vinculadas al gabinete de prensa y a la relación con medios. Además, se definen **métricas de rendimiento y cumplimiento de objetivos**, lo que permite evaluar la eficacia del servicio de forma objetiva y alineada con los objetivos estratégicos de MWCapital.

En consecuencia, en este apartado, la empresa obtiene una puntuación total de **1 punto**.

- **Propuesta de modelo de informe mensual y anual**

La propuesta de ATREVIA COMUNICACIÓN, S.L.U., presenta un **modelo estructurado de informes mensual, anual y específicos por acción**, lo que permite realizar un seguimiento exhaustivo y segmentado del rendimiento del servicio a lo largo del tiempo. Esta planificación documental favorece tanto la supervisión operativa como la evaluación estratégica del impacto comunicativo.

Se valora positivamente la **especificación de herramientas de seguimiento** para la recopilación y análisis de datos, así como la definición de **KPIs adecuados y esperados** para valorar el éxito de las acciones en medios y gabinete de prensa. Estos indicadores permiten medir de forma clara y objetiva el cumplimiento de los objetivos establecidos, aportando transparencia y trazabilidad al proceso de evaluación.

En consecuencia, en este apartado, la empresa obtiene una puntuación total de **2 puntos**.

- **Propuesta de modelo de informe por actividad/campaña**

La propuesta de ATREVIA COMUNICACIÓN, S.L.U. presenta una estructura específica para el seguimiento de campañas puntuales, con un enfoque propio que

contempla tanto **KPIs cuantitativos como cualitativos**, lo que permite un análisis integral del impacto de cada acción.

Se valora positivamente la voluntad de diferenciar este tipo de informes respecto al seguimiento general, así como la atención prestada al análisis individualizado de acciones concretas. Sin embargo, el modelo presentado no se diferencia de forma significativa del utilizado para la actividad recurrente, lo que limita su utilidad como herramienta específica de evaluación de campañas. Asimismo, **no se incorporan ejemplos gráficos o visuales** que ayuden a ilustrar la presentación y utilidad práctica del informe.

En consecuencia, en este apartado, la empresa obtiene una puntuación total de **0,7 puntos**.

En consecuencia, en este apartado sobre el **Modelo de relación y seguimiento**, ATREVIA COMUNICACIÓN, S.L.U., obtiene una puntuación total de **3,7 puntos**.

e) Propuesta de líderes de opinión y foros

- **La relación de diez (10) opinadores o tertulianos de ámbito local o nacional que tengan presencia en medios de comunicación**

La propuesta de ATREVIA COMUNICACIÓN, S.L.U., presenta una **relación adecuada de diez opinadores y tertulianos**, con presencia en medios de comunicación y **perfiles relevantes dentro del ecosistema comunicativo del sector tecnológico**. Se aprecia una selección bien enfocada, con especial atención a la vinculación temática de cada perfil con los **ejes estratégicos de MWCapital**: talento digital, transferencia tecnológica y sostenibilidad.

Además, el licitador **especifica los temas de especialización de cada opinador** y detalla con claridad **cuáles de ellos mantienen relación directa con el equipo propuesto**, lo que facilita su activación en futuras acciones de posicionamiento y visibilidad.

No obstante, se **echa en falta la inclusión de algún perfil adicional vinculado directamente a medios de comunicación o con trayectoria como periodista**, lo que habría contribuido a equilibrar la propuesta y ampliar su potencial de incidencia mediática.

En consecuencia, en este apartado, la empresa obtiene una puntuación total de **1,75 puntos**.

- **La relación de diez (10) foros, con prioridad en el ámbito de Barcelona y su área metropolitana, adecuados para la prestación de contenidos estratégicos, como informes y estudios, sin coste alguno para la Fundación**

La propuesta de ATREVIA COMUNICACIÓN, S.L.U., presenta una **selección adecuada de foros**, en su mayoría vinculados a los **ejes estratégicos de MWCapital**, y con presencia destacada en **Barcelona y su área metropolitana**. Los espacios identificados son, en general, apropiados para la presentación de informes y estudios sin coste para la Fundación.

Se valora especialmente la **inclusión de los foros organizados por ATREVIA**, que ofrecen una **vía orgánica para facilitar relaciones institucionales con actores clave**, aportando un valor añadido a nivel relacional y de posicionamiento.

Sin embargo, **algunos de los foros propuestos no se consideran especialmente relevantes o presentan un encaje difícil con las temáticas propias de MWCapital**, lo que reduce parcialmente la adecuación global de la propuesta en este apartado.

En consecuencia, en este apartado, la empresa obtiene una puntuación total de **3,5 puntos**.

En consecuencia, en este apartado sobre la **Propuesta de líderes de opinión y foros**, ATREVIA COMUNICACIÓN, S.L.U., obtiene una puntuación total de **5,25 puntos**.

HARMON CORPORATE AFFAIRS

HARMON CORPORATE AFFAIRS, presenta una propuesta técnica que incluye la información necesaria para poder realizar una valoración acorde a los criterios de adjudicación subjetivos o sujetos a criterios ponderables en función de juicios de valor del servicio de referencia.

a) Plan de comunicación

- **Estrategia global de comunicación**

La propuesta de HARMON CORPORATE AFFAIRS, presenta un **planteamiento estratégico que identifica de forma adecuada algunos de los retos comunicativos actuales de MWCapital**, así como un **análisis de su presencia en medios de comunicación catalanes, españoles e internacionales**. Este diagnóstico inicial permite detectar ciertos puntos de mejora relevantes.

No obstante, **algunas de las observaciones presentadas resultan valorativas y poco fundamentadas**, lo que debilita la solidez del análisis.

Se valora positivamente la **inclusión de un benchmark internacional** con el objetivo de ofrecer referencias externas y ampliar el marco estratégico. Sin embargo, los **proyectos seleccionados no guardan relación directa con la actividad ni con la naturaleza de MWCapital**, por lo que este análisis comparativo no aporta valor sustancial al desarrollo de la propuesta.

En cuanto a la identificación de públicos, esta se considera correcta en términos generales. Sin embargo, **se echa en falta una jerarquización clara** que posicione a los **medios de comunicación y periodistas como público prioritario**, elemento clave para garantizar una difusión efectiva de los mensajes institucionales hacia el resto de audiencias.

En conjunto, se trata de un planteamiento que incluye algunos elementos estratégicos relevantes, pero con **limitaciones importantes en su aplicabilidad y alineación con los objetivos reales de comunicación de la Fundación**.

En consecuencia, en este apartado, el licitador obtiene una puntuación total de **1,75 puntos**.

- **Definición de objetivos genéricos por canal y por pilares estratégicos: talento digital, transferencia tecnológica y sostenibilidad**

La propuesta de HARMON CORPORATE AFFAIRS, una **definición de objetivos por pilares estratégicos poco concreta**, sin desarrollar con suficiente claridad cómo se materializan en acciones de comunicación viables y alineadas con la actividad real de MWCapital. En particular, los objetivos formulados para los ejes de **Talento Digital y Sostenibilidad** carecen de **vinculación directa con los proyectos y líneas de trabajo principales** de estas áreas, lo que limita notablemente su pertinencia y aplicabilidad.

Asimismo, **se echa en falta la inclusión de hitos clave y proyectos estratégicos concretos** de cada una de las áreas como elementos articuladores de los objetivos propuestos. Esta ausencia dificulta la conexión entre la estrategia de comunicación planteada y la actividad efectiva de la Fundación, reduciendo su utilidad como herramienta operativa.

En consecuencia, en este apartado, el licitador obtiene una puntuación total de **1,75 puntos**.

- **Planificación y descripción de las acciones propuestas en la estrategia y calendarización**

La propuesta de HARMON CORPORATE AFFAIRS, presenta una planificación de acciones que se alejan significativamente de la actividad real que desarrolla MWCapital, sin establecer una conexión clara con los objetivos, proyectos o hitos consolidados de la Fundación. Varias de las campañas planteadas resultan difíciles de interpretar o contextualizar, lo que limita su utilidad práctica y dificulta su aplicación en un entorno operativo real.

Asimismo, se obvian de forma sistemática las principales acciones y momentos clave del calendario institucional de MWCapital, lo que genera una desconexión entre la estrategia propuesta y la planificación real de la entidad. Esta falta de alineación compromete la coherencia general del planteamiento.

Además, el plan de acción presentado **excede el ámbito de actuación definido en la presente licitación**, incluyendo propuestas que no se corresponden con las competencias ni con el alcance previsto, lo que afecta negativamente a su viabilidad.

En conjunto, la propuesta no responde de manera efectiva a los requerimientos de la licitación en cuanto a planificación estratégica, lógica de ejecución ni adecuación presupuestaria.

En consecuencia, en este apartado, el licitador obtiene una puntuación total de **1 punto**.

- **Propuesta de diseminación de contenidos estratégicos, informes y contenidos de brand media corporativo**

HARMON CORPORATE AFFAIRS presenta una propuesta que incorpora elementos valiosos para la diseminación de contenidos estratégicos de MWCapital, destacando especialmente la **estrategia de monitorización de la actualidad**, que permite identificar oportunidades comunicativas tanto desde una perspectiva reactiva como proactiva. Este enfoque facilita una mayor sintonía con el contexto mediático y favorece el posicionamiento de la Fundación en temáticas de interés.

Asimismo, se valora positivamente la **creación de un sistema estandarizado para la difusión de informes institucionales**, contemplando diferentes horizontes temporales (corto, medio y largo plazo), lo que aporta orden y continuidad al trabajo de comunicación corporativa.

Sin embargo, la propuesta presenta cierta falta de desarrollo en cuanto a los canales concretos, formatos específicos y planificación detallada de las acciones, lo que

limita su aplicabilidad operativa y su alineación directa con los objetivos definidos en la estrategia de comunicación. Además, se echa en falta una mayor adaptación de los contenidos de *brand media* a los distintos públicos y entornos de diseminación.

En consecuencia, en este apartado, el licitador obtiene una puntuación total de **2,5 puntos**.

En consecuencia, en este apartado sobre el **Plan de comunicación HARMON CORPORATE AFFAIRS**, obtiene una puntuación total de **7 puntos**.

b) Equipo de trabajo y recursos adicionales

- **Dimensionamiento, estructura y organización del equipo asignado**

La propuesta de HARMON CORPORATE AFFAIRS, presenta un **equipo responsable del servicio bien dimensionado**, con una **estructura equilibrada y perfiles diversos** que cubren de forma adecuada las necesidades del contrato. Se valora especialmente la **combinación de profesionales con experiencia periodística** y otros perfiles especializados en **relaciones institucionales e incidencia pública**, lo que dota al equipo de una mirada estratégica y operativa complementaria.

Además, se destaca como un elemento de valor añadido la **inclusión de un consejo asesor**, que puede aportar visión externa, criterio experto y refuerzo a la toma de decisiones en momentos clave del servicio.

El equipo propuesto cuenta con **trayectorias acreditadas en distintos ámbitos de la comunicación**, tanto en el contexto nacional como internacional, lo que garantiza un nivel elevado de profesionalidad y capacidad de adaptación a los diferentes retos que puedan surgir durante la ejecución del contrato.

En consecuencia, en este apartado, la empresa obtiene una puntuación total de **5 puntos**.

- **Planteamiento cobertura de bajas, eventuales contingencias y puntas de trabajo**

La propuesta de HARMON CORPORATE AFFAIRS, presenta una **estructura clara del equipo de trabajo**, con una distribución definida por perfiles y roles, así como la designación de interlocutores responsables, lo que garantiza una **organización funcional adecuada para la ejecución del servicio**.

En cuanto al **plan de cobertura de ausencias, bajas y contingencias**, se valora positivamente la **inclusión de perfiles senior con experiencia y especialización equivalente al equipo principal**, lo que asegura la continuidad del servicio en caso de incidencias.

Sin embargo, **se echa en falta la previsión de perfiles específicos para cubrir posibles bajas en áreas clave como el ámbito relacional y de incidencia pública**, así como la **incorporación de perfiles más operativos**, que puedan dar soporte en tareas de ejecución diaria. Estas ausencias limitan ligeramente la cobertura integral del servicio en contextos de alta demanda o sustituciones imprevistas.

En consecuencia, en este apartado, la empresa obtiene una puntuación total de **1,75 puntos**.

- **Propuesta de equipo independiente y adicional para la cobertura de Talent Arena**

La propuesta de HARMON CORPORATE AFFAIRS, incluye la definición de un **equipo independiente destinado a la cobertura del Talent Arena**, conformado por **profesionales con experiencia y conocimientos adecuados** para asumir con solvencia las necesidades comunicativas específicas de este espacio. Los perfiles propuestos muestran un buen ajuste al contexto del evento y refuerzan la capacidad operativa del equipo principal.

No obstante, la propuesta **no detalla aspectos clave como los tiempos o condiciones de activación del equipo**, lo que dificulta evaluar la disponibilidad real y la capacidad de respuesta ante necesidades concretas de cobertura. Esta falta de precisión en la operativa limita parcialmente la efectividad del planteamiento.

En consecuencia, en este apartado, la empresa obtiene una puntuación total de **2 puntos**.

En consecuencia, en este apartado sobre el **Equipo de trabajo y recursos adicionales**, HARMON CORPORATE AFFAIRS, obtiene una puntuación total de **8,75 puntos**.

c) Plan de cobertura para Talent Arena

La propuesta de HARMON CORPORATE AFFAIRS, presenta una **identificación general adecuada de los objetivos comunicativos** del Talent Arena, aunque se aprecia una **insistencia en el enfoque hacia un público joven**, cuando en realidad se trata de un evento dirigido principalmente a **desarrolladores profesionales**, lo que revela cierta falta de ajuste en la definición del público objetivo.

Se valora positivamente la **estructura estratégica en fases diferenciadas** (antes, durante y después del evento), que permite organizar las acciones de forma secuencial. No obstante, el desarrollo del plan presenta **limitaciones importantes en cuanto a los contenidos y recursos propuestos**. En particular, no se tienen en cuenta materiales estratégicos ya existentes y de alto valor para MWC, como el **informe Digital Talent Overview**, ni se alinea plenamente con los **objetivos y el estilo comunicativo de la Fundación**.

Asimismo, aunque se considera relevante la **inclusión de una propuesta de periodistas objetivo con los que interactuar**, la **falta de definición de acciones concretas durante el evento** limita severamente la capacidad de la cobertura para maximizar su impacto mediático en tiempo real.

Por el contrario, la propuesta sí ofrece una **buena estructura para el cierre y análisis de resultados**, incluyendo mecanismos de evaluación que podrían ser útiles en una fase posterior del proyecto.

En consecuencia, en este apartado sobre el **Plan de cobertura para Talent Arena, HARMON CORPORATE AFFAIRS**, obtiene una puntuación total de **2 puntos**.

d) **Modelo de relación y seguimiento**

- **Formato y la periodicidad de las reuniones de seguimiento, herramientas de trabajo y la definición de métricas de rendimiento y cumplimiento de objetivos**

La propuesta de HARMON CORPORATE AFFAIRS, presenta un **planteamiento adecuado en cuanto a la frecuencia y formato de las reuniones de seguimiento**, diferenciando claramente entre **reuniones recurrentes de coordinación comunicativa**, encuentros destinados a la **evaluación del posicionamiento reputacional** y sesiones específicas para la **revisión y alineación estratégica**. Esta estructura favorece un seguimiento ordenado, ágil y orientado a resultados.

Además, se contempla el uso de **herramientas colaborativas de trabajo** y la aplicación de **métricas claras para medir el rendimiento y el cumplimiento de los objetivos establecidos**, lo que permite un control continuo y efectivo del servicio.

En consecuencia, en este apartado, la empresa obtiene una puntuación total de **1 puntos**.

- **Propuesta de modelo de informe mensual y anual**

La propuesta de HARMON CORPORATE AFFAIRS, presenta un **modelo claro de informe mensual y anual**, que contempla una **estructura orientativa con índice y contenidos definidos**, facilitando la comprensión de los elementos que se evaluarán periódicamente.

Se valora positivamente la **aportación de ejemplos visuales del entregable**, que permiten anticipar el formato, la presentación de datos y el estilo de comunicación de los informes, lo que demuestra una orientación práctica y alineada con los estándares esperados por MWCapital.

En consecuencia, en este apartado, la empresa obtiene una puntuación total de **2 puntos**.

- **Propuesta de modelo de informe por actividad/campaña**

La propuesta de HARMON CORPORATE AFFAIRS, presenta un **modelo de informe específico para campañas o actividades puntuales**, con una **estructura clara y detallada**, que contempla los apartados necesarios para evaluar cada acción de forma individualizada. Entre los contenidos propuestos se incluyen la descripción de las acciones ejecutadas, objetivos, canales, así como **indicadores clave de rendimiento (KPIs)** para medir el alcance y el impacto de la campaña.

Se valora especialmente la inclusión de **ejemplos gráficos y visuales del formato del entregable**, lo que permite anticipar la usabilidad, claridad y eficacia del informe como herramienta de análisis y toma de decisiones.

En consecuencia, en este apartado, la empresa obtiene una puntuación total de **1 punto**.

En consecuencia, en este apartado sobre el **Modelo de relación y seguimiento**, HARMON CORPORATE AFFAIRS, obtiene una puntuación total de **4 puntos**.

e) Propuesta de líderes de opinión y foros

- **La relación de diez (10) opinadores o tertulianos de ámbito local o nacional que tengan presencia en medios de comunicación**

La propuesta de HARMON CORPORATE AFFAIRS, presenta una **relación adecuada de Key Opinion Leaders (KOL)**, compuesta por perfiles con **relevancia en el ecosistema tecnológico nacional**, lo que aporta valor en términos de conocimiento

sectorial y potencial de influencia en temas afines a los fines institucionales de MWCapital.

Sin embargo, se detecta una escasa presencia de periodistas o figuras directamente vinculadas a medios de comunicación, cuya inclusión habría fortalecido la propuesta desde el punto de vista de la visibilidad mediática. Asimismo, no se establece una vinculación explícita entre los perfiles seleccionados y los ejes estratégicos de MWCapital (talento digital, transferencia tecnológica y sostenibilidad), lo que dificulta valorar su adecuación específica al proyecto.

Por último, no se indica si el licitador mantiene relación directa o contacto previo con los perfiles propuestos, aspecto que otros licitadores sí han especificado y que podría facilitar su activación en futuras acciones de comunicación.

En consecuencia, en este apartado, la empresa obtiene una puntuación total de **1,5 puntos**.

- La relación de diez (10) foros, con prioridad en el ámbito de Barcelona y su área metropolitana, adecuados para la prestación de contenidos estratégicos, como informes y estudios, sin coste alguno para la Fundación

La propuesta de HARMON CORPORATE AFFAIRS, presenta una relación de foros con presencia en Barcelona y su área metropolitana, con espacios que, en algunos casos, podrían servir como plataformas para la presentación de contenidos estratégicos de MWCapital.

No obstante, se echan en falta eventos de referencia dentro del ecosistema tecnológico, así como foros específicos vinculados a los ejes estratégicos de MWCapital, en particular en el ámbito de la Transferencia Tecnológica, donde la ausencia de propuestas como el Deep Tech Summit representa una oportunidad no aprovechada.

Asimismo, la inclusión de foros centrados en temáticas alejadas de los objetivos institucionales, como los vinculados al empleo, los recursos humanos o la economía azul, limita la pertinencia general de la selección y su alineación con los públicos clave de la Fundación.

En consecuencia, en este apartado, la empresa obtiene una puntuación total de **2 puntos**.

En consecuencia, en este apartado sobre la **Propuesta de líderes de opinión y foros**, HARMON CORPORATE AFFAIRS, obtiene una puntuación total de **3,5 puntos**.

ROMAN Y ASOCIADOS, S.A.

ROMAN Y ASOCIADOS, S.A., presenta una propuesta técnica que incluye la información necesaria para poder realizar una valoración acorde a los criterios de adjudicación subjetivos o sujetos a criterios ponderables en función de juicios de valor, aunque sobrepasa el límite de páginas establecidos en los pliegos para el Plan de comunicación. del servicio de referencia.

a) Plan de comunicación

- Estrategia global de comunicación**

La propuesta de ROMAN Y ASOCIADOS, S.A., parte de un **planteamiento estratégico bien fundamentado**, que sitúa la actividad comunicativa de MWCapital en un contexto sectorial relevante y alineado con el **Plan Estratégico de la Fundación**. Se valora especialmente la **vinculación explícita con los pilares de actuación** —talento digital, transferencia tecnológica y sostenibilidad—, así como la mención de los temas prioritarios a tratar en el marco de la comunicación externa.

La **identificación de los públicos objetivos** es adecuada y abarca los perfiles clave para MWCapital; sin embargo, **no se destaca el papel central que juegan los medios de comunicación como canal prioritario** para alcanzar al resto de audiencias, lo cual representa una omisión relevante dentro del enfoque propuesto.

En consecuencia, en este apartado, el licitador obtiene una puntuación total de **3,75 puntos**.

- Definición de objetivos genéricos por canal y por pilares estratégicos: talento digital, transferencia tecnológica y sostenibilidad**

La propuesta de ROMAN Y ASOCIADOS, S.A., presenta una **identificación precisa y realista de los objetivos comunicativos**, con un enfoque claro y aplicable.

Se valora de forma muy positiva la **estructuración de los objetivos en función de los pilares estratégicos** de MWCapital, lo que demuestra un **conocimiento profundo del funcionamiento de la Fundación** y una correcta traducción de su misión institucional en términos operativos de comunicación.

En consecuencia, en este apartado, el licitador obtiene una puntuación total de **6 puntos**.

- **Planificación y descripción de las acciones propuestas en la estrategia y calendarización**

La propuesta de ROMAN Y ASOCIADOS, S.A., presenta un plan de acción recoge de forma adecuada **los principales hitos estratégicos de MWCapital**, con una propuesta que refleja **conocimiento actualizado y segmentado por eje temático**, lo cual aporta coherencia y profundidad al enfoque propuesto.

La propuesta incluye además una **amplia cobertura de medios y una estrategia de amplificación multicanal**, lo que amplía las posibilidades de difusión. Sin embargo, se detecta la inclusión de **algún proyecto que ya no forma parte de la actividad actual de la Fundación**, así como de ciertos **contenidos que exceden el alcance definido por la licitación**, lo que afecta parcialmente a la viabilidad operativa del plan.

En consecuencia, en este apartado, el licitador obtiene una puntuación total de **4 puntos**.

- **Propuesta de diseminación de contenidos estratégicos, informes y contenidos de brand media corporativo**

Este apartado no se tiene en cuenta a los efectos de valoración de la propuesta dado que se encuentra ubicado en las páginas que superan la extensión límite de veinticinco (25) páginas establecido en el apartado *7.1.1. Plan comunicación* de la página 14 del Informe de necesidad y en el cuadro de características del Pliego de Cláusulas Administrativas Particulares.

En consecuencia, en este apartado, el licitador obtiene una puntuación total de **0 puntos**.

En consecuencia, en este apartado sobre el **Plan de comunicación ROMAN Y ASOCIADOS, S.A.**, obtiene una puntuación total de **13,75 puntos**.

b) Equipo de trabajo y recursos adicionales

- **Dimensionamiento, estructura y organización del equipo asignado**

La propuesta de ROMAN Y ASOCIADOS, S.A., presenta un **planteamiento sólido y equilibrado en cuanto a la estructura y composición del equipo de trabajo**, con un

dimensionamiento plenamente adecuado a las necesidades operativas y estratégicas de MWCapital.

Se valora especialmente la **diversidad y complementariedad de los perfiles propuestos**, que combinan experiencia en comunicación corporativa, relaciones con medios y gestión de proyectos en el ámbito tecnológico. Así, el equipo incluye **profesionales con una sólida trayectoria y especialización en comunicación para el sector tecnológico**, lo que garantiza la capacidad técnica necesaria para abordar los objetivos comunicativos de la Fundación con solvencia y criterio.

Se trata de una propuesta que ofrece **garantías de ejecución tanto en lo estratégico como en lo operativo**, sustentada en un equipo altamente cualificado y bien alineado con el entorno de actuación de MWCapital.

En consecuencia, en este apartado, la empresa obtiene una puntuación total de **5 puntos**.

- **Planteamiento cobertura de bajas, eventuales contingencias y puntas de trabajo**

La propuesta de ROMAN Y ASOCIADOS, S.A., incluye un **plan de cobertura de bajas sólido y bien estructurado**, con la previsión de profesionales con un **alto grado de experiencia y especialización equivalente al equipo principal**. Esta medida garantiza la **continuidad del servicio sin comprometer la calidad ni la alineación estratégica** en caso de imprevistos o sustituciones temporales.

El planteamiento demuestra **una buena planificación preventiva** y capacidad de respuesta ante contingencias, lo que aporta solidez operativa al conjunto de la propuesta.

En consecuencia, en este apartado, la empresa obtiene una puntuación total de **2 puntos**.

- **Propuesta de equipo independiente y adicional para la cobertura de Talent Arena**

La propuesta de ROMAN Y ASOCIADOS, S.A., presenta un **equipo específico para la cobertura del Talent Arena, correctamente dimensionado y con experiencia suficiente** para responder a los requerimientos comunicativos del evento. Así, los perfiles seleccionados muestran **conocimiento del entorno y del tipo de audiencia**, aportando valor a nivel de ejecución y posicionamiento.

Se valora de forma especialmente positiva la **designación de una persona del equipo principal como interlocutora directa** con el equipo de Talent Arena, lo que asegura **coherencia en el enfoque, alineación estratégica y fluidez en la coordinación interna**.

En consecuencia, en este apartado, la empresa obtiene una puntuación total de **3 puntos**.

En consecuencia, en este apartado sobre el **Equipo de trabajo y recursos adicionales, ROMAN Y ASOCIADOS, S.A.**, obtiene una puntuación total de **10 puntos**.

c) Plan de cobertura para Talent Arena

La propuesta de ROMAN Y ASOCIADOS, S.A., presenta un **plan de cobertura comunicativa específico para el Talent Arena** que cumple con los requisitos solicitados, estructurado en **fases diferenciadas (antes, durante y después del evento)**, lo que permite una planificación clara y ordenada de las acciones previstas.

Se valora positivamente el **enfoque estratégico orientado a la ampliación de medios de comunicación involucrados en la cobertura**, lo que contribuye al objetivo de reforzar la visibilidad y posicionamiento del evento. Asimismo, el **planteamiento de acciones durante los días del evento es adecuado**, con propuestas realistas y alineadas con las necesidades del Talent Arena.

No obstante, **algunas acciones previstas en la fase previa al evento generan dudas sobre su viabilidad o alineación con los objetivos definidos**, lo que reduce ligeramente la solidez del plan en su conjunto. También se observa que **ciertas propuestas se escapan parcialmente del alcance comunicativo establecido**, aunque sin comprometer de forma significativa la coherencia general de la estrategia.

En cuanto a los **indicadores de seguimiento (KPIs)**, se plantean métricas adecuadas, tanto cuantitativas como cualitativas, que permiten una **evaluación comparativa útil para el análisis de resultados y la mejora continua del enfoque de comunicación**.

En consecuencia, en este apartado sobre el **Plan de cobertura para Talent Arena, ROMAN Y ASOCIADOS, S.A.**, obtiene una puntuación total de **7 puntos**.

d) Modelo de relación y seguimiento

- **Formato y la periodicidad de las reuniones de seguimiento, herramientas de trabajo y la definición de métricas de rendimiento y cumplimiento de objetivos**

La propuesta de ROMAN Y ASOCIADOS, S.A. presenta una **frecuencia adecuada de reuniones**, diferenciando entre sesiones operativas de seguimiento, revisiones estratégicas y evaluación del posicionamiento.

Se valora especialmente la **detallada propuesta de herramientas de seguimiento**, que garantiza una coordinación eficaz y trazabilidad de las acciones comunicativas.

En consecuencia, en este apartado, la empresa obtiene una puntuación total de **1 punto**.

- **Propuesta de modelo de informe mensual y anual**

La propuesta de ROMAN Y ASOCIADOS, S.A., incluye un **modelo de informes mensual y anual completo**, con KPIs adecuados a las necesidades de seguimiento de MWC Capital.

Se valora muy positivamente la inclusión de **ejemplos visuales del formato de entrega**, lo que permite anticipar la claridad, estructura y utilidad práctica del informe como herramienta de evaluación.

En consecuencia, en este apartado, la empresa obtiene una puntuación total de **2 puntos**.

- **Propuesta de modelo de informe por actividad/campaña**

La propuesta de ROMAN Y ASOCIADOS, S.A., presenta un modelo de informe por actividad o campaña **bien definido**, con estructura clara, KPIs específicos y enfoque adaptado a acciones puntuales.

Se valora positivamente el análisis cualitativo y los puntos de mejora incluidos en el informe específico para acciones, así como la inclusión de métricas específicas para informes clave para la Fundación como el del MWC.

En consecuencia, en este apartado, la empresa obtiene una puntuación total de **1 punto**.

En consecuencia, en este apartado sobre el **Modelo de relación y seguimiento**, ROMAN Y ASOCIADOS, S.A., obtiene una puntuación total de **4 puntos**.

e) Propuesta de líderes de opinión y foros

- La relación de diez (10) opinadores o tertulianos de ámbito local o nacional que tengan presencia en medios de comunicación

La propuesta de ROMAN Y ASOCIADOS, S.A., presenta una **relación adecuada de líderes de opinión y tertulianos relevantes en el ecosistema comunicativo del sector tecnológico**, con perfiles bien alineados con los fines de MWCapital.

Se valora muy positivamente la **incorporación de métricas de redes sociales**, que permiten conocer el **alcance e influencia comunicativa de cada perfil propuesto**.

En consecuencia, en este apartado, la empresa obtiene una puntuación total de **2 puntos**.

- La relación de diez (10) foros, con prioridad en el ámbito de Barcelona y su área metropolitana, adecuados para la prestación de contenidos estratégicos, como informes y estudios, sin coste alguno para la Fundación

La propuesta de ROMAN Y ASOCIADOS, S.A., presenta una selección de foros adecuada y **en su mayoría vinculada a los ejes estratégicos de MWCapital**.

No obstante, algunos de los espacios incluidos **presentan una vinculación limitada con la actividad específica de la Fundación**, lo que reduce ligeramente la coherencia del conjunto.

En consecuencia, en este apartado, la empresa obtiene una puntuación total de **3,5 puntos**.

En consecuencia, en este apartado sobre la **Propuesta de líderes de opinión y foros**, ROMAN Y ASOCIADOS, S.A., obtiene una puntuación total de **5,5 puntos**.

4. CONCLUSIÓN

En resumen, la evaluación basada en criterios subjetivos o ponderables conforme a un juicio de valor ha producido el resultado que se adjunta como Anexo I a este informe, que suscribe la ponencia técnica de la Mesa de Contratación.

En Barcelona, a 16 de julio de 2025



Victor Solvas
Head of Press & PR de MWCapital



Emily Henley
PR Executive de MWCapital

ANEXO I. RESUMEN DE VALORACIÓN:

	ATREVIA COMUNICACIÓN, S.L.U.	HARMON CORPORATE AFFAIRS	ROMAN Y ASOCIADOS, S.A.
Plan de comunicación (hasta un máximo de 20 puntos)	11,5	7	13,75
Equipo de trabajo y recursos adicionales (hasta un máximo de 10 puntos)	10	8,75	10
Plan de coberturas para Talent Arena (hasta un máximo de 10 puntos)	4	2	7
Modelo de relación y seguimiento (hasta un máximo de 4 puntos)	3,7	4	4
Propuesta de líderes de opinión y foros (hasta un máximo de 6 puntos)	5,25	3,5	5,5
TOTAL	34,45	25,25	40,25