

SERVICIO DE GABINETE DE RELACIONES INSTITUCIONALES Y RELACIONES PÚBLICAS PARA FUNDACIÓ BARCELONA MOBILE WORLD CAPITAL FOUNDATION

Exp. A/F202511/S

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

En Barcelona, a **14 de julio de 2025**, a las **16:00 horas**, se constituye la Mesa de Contratación con los siguientes asistentes:

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

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 14 de julio de 2025, respecto a la propuesta de los cinco (5) operadores económicos presentados y, asimismo, aceptados en esta fase de la licitación de referencia (Exp. A/F202511/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. KREAB IBERIA, S.L.U.
2. ROMAN Y ASOCIADOS, S.A.
3. HARMON CORPORATE AFFAIRS, S.L.
4. BURSON COHN & WOLFE, S.L.U.
5. INNOVA NEXT, S.L.U.

- II. La ponencia técnica explica en detalle la valoración realizada para los cinco (5) 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 cinco (5) 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 cinco (5) operadores económicos concurrentes en esta fase de la licitación (Exp. A/F202511/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 Duelo
Secretaria de la Mesa

Anexo I

Informe de valoración de la ponencia técnica

[Sigue documento]

Expediente A/F202511/S

Procedimiento abierto (contratación no armonizada)

Contrato para la prestación de un servicio de gabinete de relaciones institucionales 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 PCP, 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.

A. Plan de relaciones institucionales y relaciones públicas (hasta un máximo de 30 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 relaciones institucionales y relaciones públicas específicamente diseñada para MWCcapital, con el objetivo de posicionar a la Fundación como un proyecto estratégico de referencia a nivel estatal, con especial foco en Madrid, y en entornos institucionales, empresariales, mediáticos, políticos y de la sociedad civil.

El plan deberá estar orientado a fortalecer la visibilidad y la interlocución de MWCcapital en relación con sus ámbitos estratégicos de actuación: dinamización del sector tecnológico, talento digital, transferencia tecnológica y tecnología para la sostenibilidad.

Se valorarán los siguientes aspectos del plan presentado:

a) **Planteamiento estratégico y metodológico** (hasta un máximo de 7 puntos)

Enfoque general del plan, modelo relacional propuesto, lógica de intervención, herramientas y metodologías aplicadas.

b) **Definición de objetivos a corto y medio plazo** (hasta un máximo de 5 puntos)

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

c) **Mapa de públicos estratégicos** (hasta un máximo de 9 puntos)

Identificación y clasificación de interlocutores clave por área de influencia, como mínimo en las siguientes categorías:

- Institucional
- Talento digital
- Transferencia tecnológica
- Tecnología para la sostenibilidad

Se valorará la segmentación, la adecuación del enfoque y el grado de conocimiento del ecosistema.

d) **Propuesta de acciones relacionales** (hasta un máximo de 9 puntos)

Concreción y relevancia de las acciones propuestas para alcanzar los objetivos.

Deberá incluir:

- Al menos un (1) ejemplo de acción impulsada por MWCcapital que pueda capitalizarse.
- Al menos cinco (5) foros, eventos o espacios en los que promover la participación de portavoces de la Fundación.

Se valorará la adecuación, creatividad y viabilidad de las acciones propuestas.

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.

B. Equipo de trabajo y recursos adicionales (hasta un máximo de 8 puntos)

Los licitadores deberán detallar el equipo de trabajo y los recursos personales que prevén adscribir al contrato, con indicación de sus funciones y experiencia.

Se valorarán los siguientes aspectos:

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

Número de personas, distribución por perfiles, roles e interlocutores, así como el planteamiento propuesto para garantizar la cobertura en caso de ausencias, bajas, contingencias o puntas de trabajo.

- b) **Grado de experiencia, especialización y relevancia profesional del equipo propuesto** (hasta un máximo de 3 puntos)

Se valorará la trayectoria profesional de los miembros del equipo, su conocimiento del ecosistema institucional, tecnológico y digital, así como su capacidad de interlocución estratégica.

En ambos apartados **se valorará** la adecuación del equipo a la naturaleza del servicio, la claridad en la definición de funciones y la coherencia con las necesidades del contrato.

C. Caso práctico (hasta un máximo de 8 puntos)

Los licitadores deberán presentar un caso práctico que permita a MWCcapital valorar la capacidad estratégica, creativa y operativa del adjudicatario para diseñar e implementar acciones de relaciones públicas e institucionales.

El caso práctico se centrará en la difusión del Informe Digital Talent Overview, el cual se adjunta como Anexo al presente informe “Caso práctico: Informe DTO”, a través de un plan de relaciones institucionales y públicas en Madrid.

Se valorarán los siguientes elementos:

- a) **Diseño de un plan de acciones ad hoc para la presentación y difusión del informe** (hasta un máximo de 4 puntos)

Identificación de foros, canales y espacios para presentar el informe; entidades colaboradoras potenciales; posibles reuniones institucionales y contactos con medios de comunicación y agentes clave.

- b) **Listado de actores relevantes del ecosistema** (hasta un máximo de 2 puntos)

Relación de, al menos, veinte (20) personas (nombre, cargo y entidad) a las que remitir el informe, invitar a eventos o proponer como ponentes.

En caso de contener información confidencial o datos personales, podrá presentarse la relación de forma anonimizada o codificada sin afectar a su valoración.

- c) **Propuesta de materiales de apoyo a las acciones propuestas** (hasta un máximo de 2 puntos)

Como, por ejemplo: resúmenes ejecutivos, cartas de invitación, fichas de posicionamiento, mensajes clave, argumentarios o guiones de intervención.

En todo lo anterior, **se valorará** la calidad, originalidad y coherencia de la propuesta en relación con los objetivos institucionales de MWCcapital.

De forma prioritaria, se tendrá en cuenta que las acciones planteadas sean viables operativamente y estén ajustadas a los recursos, capacidades y plazos razonables previstos en la ejecución del contrato.

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

Los licitadores deberán presentar una propuesta metodológica para la gestión, supervisión y seguimiento del servicio, incluyendo los mecanismos que garanticen una interlocución fluida y un control adecuado de los avances.

En particular, se valorará:

- a) El formato y la periodicidad de las reuniones de seguimiento (hasta 1 punto)
- b) El sistema de analítica y reporting propuesto (informes de seguimiento y cierre, por periodos o por campañas específicas) (hasta 1 punto)
- c) La definición de métricas de rendimiento y cumplimiento de objetivos (hasta 1 punto)
- d) Las herramientas digitales o metodológicas planteadas para el seguimiento y la presentación de resultados (hasta 1 punto)

Asimismo, se valorará especialmente la claridad, utilidad práctica y adaptabilidad del modelo propuesto a las necesidades operativas de MWCcapital.

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 cinco (5) empresas concurrentes de esta licitación; esto es **KREAB IBERIA, S.L.U., ROMAN Y ASOCIADOS, S.A., HARMON CORPORATE AFFAIRS, S.L., BURSON COHN & WOLFE, S.L.U. e INNOVA NEXT, S.L.U.**

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 cinco (5) 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:

KREAB IBERIA, S.L.U.

KREAB IBERIA, 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.

a) Plan de relaciones institucionales y relaciones públicas

- **Planteamiento estratégico y metodológico**

El plan se articula en torno a cuatro pilares estratégicos desde los que se desarrollan las acciones, con mensajes clave y temáticas bien definidas. La metodología y herramientas propuestas son adecuadas y el enfoque relacional es sólido, contemplando acciones diferenciadas según el tipo de entidad.

Se valora especialmente la inclusión de portavoces, *speaking opportunities* y una herramienta propia de *networking*, aunque se echa en falta una conexión clara entre estrategia, acciones y resultados esperados.

En consecuencia, en este apartado, la empresa obtiene una puntuación total de **6 puntos**.

- **Definición de objetivos a corto y medio plazo**

Los objetivos definidos son generales, sin especificarse y alinearse de manera clara con los ejes estratégicos de MWCcapital, por lo que se echa en falta una mayor concreción de los mismos, tanto en su formulación como en su vinculación con la estrategia global de la fundación.

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

- **Mapa de públicos estratégicos**

El mapa institucional presentado, aunque se valora como completo en cuanto a los agentes clave si bien se han incluido entidades con relación previa con MWCcapital, se detecta la ausencia de actores referentes en las comunidades de áreas clave como talento digital, sostenibilidad y transferencia de tecnología.

Por ello, se hubiera valorado más positivamente una mayor ampliación de este mapa para incluir entidades alineadas con los ejes estratégicos actuales de MWCcapital.

En consecuencia, en este apartado, la empresa obtiene una puntuación total de **6 puntos**.

- **Propuesta de acciones relacionales**

La propuesta contempla de forma adecuada los distintos ejes y portavoces de la Fundación, valorándose positivamente la planificación detallada de las acciones, el uso de herramientas específicas tales como una plataforma de *networking*, y la inclusión de una escaleta útil donde se identifican oportunidades de visibilidad institucional a través de intervenciones en foros y eventos relevantes.

En consecuencia, en este apartado, la empresa obtiene una puntuación total de **8 puntos**.

En consecuencia, en este apartado sobre el **Plan de relaciones institucionales y relaciones públicas**, KREAB IBERIA, S.L.U., obtiene una puntuación total de **22 puntos**.

b) Equipo de trabajo y recursos adicionales

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

Se valora positivamente la distribución territorial del equipo entre Barcelona y Madrid, lo que permite una buena cobertura del servicio en ambas localizaciones, recogiendo también correctamente la propuesta de coordinación e interlocución con la Fundación.

No obstante, aunque se identifican los perfiles y se asignan algunos roles fijos, no se detallan las funciones específicas de cada uno, y no se especifica un equipo de respaldo o contingencia para cubrir posibles ausencias, bajas o picos de trabajo, lo que limita la garantía de continuidad operativa del servicio.

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

- **Grado de experiencia, especialización y relevancia profesional del equipo propuesto**

La propuesta detalla adecuadamente la trayectoria profesional, formación y conocimiento institucional de los perfiles incluidos, mostrando un equipo con experiencia relevante en el ámbito de la licitación.

Sin embargo, la interlocución estratégica se aborda de forma breve y solo se especifica en algunos perfiles, lo que reduce la claridad sobre la capacidad del equipo para mantener un diálogo de alto nivel con la Fundación de manera estructurada y sostenida.

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

En consecuencia, en este apartado sobre el **Equipo de trabajo y recursos adicionales**, KREAB IBERIA, S.L.U., obtiene una puntuación total de **6 puntos**.

c) Caso práctico

- **Diseño de un plan de acciones ad hoc para la presentación y difusión del informe**

El plan incluye un evento propio, una acción en South Summit y reuniones estratégicas, pero se echa en falta un mayor nivel de detalle en la definición de públicos objetivo. Sería recomendable ampliar el enfoque más allá del ámbito tecnológico, incorporando perfiles vinculados al management, la empleabilidad y la educación.

Se valora positivamente la inclusión de una escaleta, aunque su contenido se centra únicamente en el público institucional; se sugiere ampliarla para contemplar diferentes tipos de audiencia.

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

- **Listado de acciones relevantes del ecosistema**

El listado presentado se limita a cargos institucionales y organismos destinatarios del informe. Hubiera sido recomendable ampliar esta visión incluyendo comunidades especializadas, entidades del ámbito académico y redes sectoriales que podrían actuar como aliados en la difusión y posicionamiento del informe dentro del ecosistema.

En consecuencia, en este apartado, la empresa obtiene una puntuación total de **1,25 puntos**.

- **Propuesta de materiales de apoyo a las acciones propuestas**

Los materiales propuestos son adecuados, pero se echa en falta la inclusión de ejemplos concretos, como maquetas o muestras que hubieran ayudado a valorar mejor su aplicabilidad en las distintas acciones planteadas.

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

En consecuencia, en este apartado sobre el **Caso práctico KREAB IBERIA, S.L.U.**, obtiene una puntuación total de **6 puntos**.

d) Modelo de relación y seguimiento

- **El formato y la periodicidad de las reuniones de seguimiento**

La propuesta establece correctamente el formato y la periodicidad de las reuniones de seguimiento, lo que garantiza un control adecuado del proyecto y una buena comunicación entre las partes.

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

- **El sistema de analítica y reporting propuesto**

No se incluye ningún ejemplo que permita visualizar cómo se comunicarán los avances o resultados del reporting.

En consecuencia, en este apartado, la empresa obtiene una puntuación total de **0,25 puntos**.

- **La definición de métricas de rendimiento y cumplimiento de objetivos**

La propuesta no establece métricas de rendimiento ni KPIs, lo cual es fundamental para poder medir el éxito de la ejecución y el cumplimiento de los objetivos establecidos.

En consecuencia, en este apartado, la empresa obtiene una puntuación total de **0,25 puntos**.

- **Las herramientas digitales o metodológicas planteadas para el seguimiento y la presentación de resultados**

Se mencionan herramientas, pero no se concreta ninguna específica que se utilizarán para el seguimiento del proyecto o la presentación de resultados, lo que limita la trazabilidad y eficiencia del modelo propuesto.

En consecuencia, en este apartado, la empresa obtiene una puntuación total de **0,50 puntos**.

En consecuencia, en este apartado sobre el **Modelo de relación y seguimiento KREAB IBERIA, S.L.U.**, obtiene una puntuación total de **2 puntos**.

ROMAN Y ASOCIADOS, S.A.

ROMAN Y ASOCIADOS, S.A., presenta una propuesta técnica que, aunque en principio 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, ha sobrepasado en el límite de páginas establecidos en los pliegos para el Plan de relaciones institucionales y relaciones públicas.

a) Plan de relaciones institucionales y relaciones públicas

- **Planteamiento estratégico y metodológico**

Se plantea un modelo relacional adecuado, con una lógica de intervención clara y una metodología pertinente. Las herramientas se mencionan, aunque de forma muy breve, por lo que hubiera sido recomendable una explicación más detallada para valorar su aplicabilidad.

Además, no se profundiza en los ecosistemas estratégicos, lo que limita la capacidad de contextualizar el enfoque relacional.

En consecuencia, en este apartado, la empresa obtiene una puntuación total de **6 puntos**.

- **Definición de objetivos a corto y medio plazo**

Los objetivos están bien formulados, se distinguen en corto y medio plazo y se alinean con los ejes estratégicos de la fundación, y el planteamiento es correcto y coherente con la propuesta general.

En consecuencia, en este apartado, la empresa obtiene una puntuación total de **4,5 puntos**.

- **Mapa de públicos estratégicos**

El mapa institucional es correcto, aunque se incluyen algunas autonomías que no aportan valor específico a esta licitación. Se destaca positivamente el análisis del eje de talento digital, con una buena identificación de actores clave.

Sin embargo, se pone de relieve que el licitador, en su oferta presentada, **ha excedido la extensión máxima de veinticinco (25) páginas** establecidas en el apartado 7.1.1. *Plan de relaciones institucionales y relaciones públicas* de la página 14 del Informe de necesidad y en el cuadro de características del Pliego de Cláusulas Administrativas Particulares. En consonancia, las páginas que han superado este límite no se han tenido en cuenta a los efectos de valoración de la oferta, **dejando de valorar la oferta en su página veintinueve (29)**.

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

- **Propuesta de acciones relacionales**

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 de relaciones institucionales y relaciones públicas* 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 relaciones institucionales y relaciones públicas**, ROMAN Y ASOCIADOS, S.A., obtiene una puntuación total de **11,5 puntos**.

b) Equipo de trabajo y recursos adicionales

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

La propuesta presenta de forma clara los roles y tareas asignados a cada figura del equipo, lo que permite comprender adecuadamente la organización y cobertura del servicio.

Se menciona la existencia de un plan de contingencia para cubrir bajas y se garantiza que los perfiles de sustitución dispondrán de las mismas capacidades, aunque no se detallan los perfiles concretos ni su disponibilidad, lo que limita parcialmente la evaluación de su eficacia en la práctica.

En consecuencia, en este apartado, la empresa obtiene una puntuación total de **4 puntos**.

- **Grado de experiencia, especialización y relevancia profesional del equipo propuesto**

Se describe con precisión la trayectoria profesional, la especialización y el conocimiento institucional de los perfiles presentados, mostrando un equipo con experiencia consolidada. Se aporta también información sobre el tipo de empresas e instituciones con las que se relacionan, pero sin concretar cuáles, lo que dificulta valorar el grado de adecuación al entorno de la Fundación.

Además, tampoco se proporciona una interlocución estratégica suficientemente detallada, quedando este aspecto poco desarrollado en la propuesta.

En consecuencia, en este apartado, la empresa obtiene una puntuación total de **2,25 puntos**.

En consecuencia, en este apartado sobre el **Equipo de trabajo y recursos adicionales**, ROMAN Y ASOCIADOS, S.A., obtiene una puntuación total de **6,25 puntos**.

c) Caso práctico

- **Diseño de un plan de acciones ad hoc para la presentación y difusión del informe**

Se valora positivamente la propuesta de realizar una presentación previa a medios, ya que contribuye a garantizar la cobertura informativa del informe.

Sin embargo, la propuesta de evento de presentación a la comunidad del ecosistema está poco desarrollada, sin una identificación clara de los públicos más allá de una mención general al “ecosistema”. Así, se centra principalmente en aspectos logísticos del espacio, pero no en el diseño del contenido o la dinámica del acto.

El plan de difusión posterior del informe está bien planteado y además se valora muy positivamente la propuesta específica de organizar un evento dirigido a la comunidad de *developers*, público clave para el informe.

La propuesta innovadora de crear un avatar para redes sociales también se considera un punto a favor, por su potencial para reforzar la identidad visual y facilitar la viralización de los mensajes, aunque genera dudas su ejecución y su integración en el plan de contenidos de MWCcapital.

En consecuencia, en este apartado, la empresa obtiene una puntuación total de **2,75 puntos**.

- **Listado de acciones relevantes del ecosistema**

El listado de actores está correctamente planteado, abarcando una representación amplia de públicos clave: administraciones públicas, ecosistema digital, comunidad académica y tejido empresarial, con mención específica a agentes vinculados a la empleabilidad.

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

- **Propuesta de materiales de apoyo a las acciones propuestas**

Los materiales de apoyo incluidos son breves, limitándose a dos propuestas vinculadas al evento, y sin contemplar recursos que apoyen a otros aspectos de la presentación del informe.

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

En consecuencia, en este apartado sobre el **Caso práctico ROMAN Y ASOCIADOS, S.A.**, obtiene una puntuación total de **5,75 puntos**.

d) Modelo de relación y seguimiento

- **El formato y la periodicidad de las reuniones de seguimiento**

La propuesta contempla adecuadamente la estructura y frecuencia de las reuniones de seguimiento, lo que se valora positivamente.

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

- **El sistema de analítica y reporting propuesto**

Se mencionan los reportings pero no se ofrece ningún ejemplo concreto, lo que dificulta la evaluación del sistema de analítica propuesto.

En consecuencia, en este apartado, la empresa obtiene una puntuación total de **0,50 puntos**.

- **La definición de métricas de rendimiento y cumplimiento de objetivos**

No se establecen métricas de rendimiento ni KPIs, lo que impide valorar cómo se medirá el cumplimiento de los objetivos.

En consecuencia, en este apartado, la empresa obtiene una puntuación total de **0,50 puntos**.

- **Las herramientas digitales o metodológicas planteadas para el seguimiento y la presentación de resultados**

No se menciona ninguna herramienta digital específica ni metodología concreta para el seguimiento ni para la presentación de resultados.

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

En consecuencia, en este apartado sobre el Modelo de relación y seguimiento ROMAN Y ASOCIADOS, S.A., obtiene una puntuación total de 2 puntos .

HARMON CORPORATE AFFAIRS, S.L.

HARMON CORPORATE AFFAIRS, S.L., 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 relaciones institucionales y relaciones públicas

- **Planteamiento estratégico y metodológico**

La propuesta presenta una confusión de base entre la Fundación y el evento MWC Barcelona, lo que afecta a todo el análisis y planteamiento estratégico. Así, la

estrategia se ha construido sobre un enfoque erróneo, al centrarse en el MWC Barcelona y no en la actividad de la Fundación, lo que compromete su validez.

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

- **Definición de objetivos a corto y medio plazo**

Los objetivos están directamente vinculados al análisis previo, por lo que replican el mismo error: se enfocan en el MWC Barcelona en lugar de los ejes estratégicos reales de la Fundación, haciéndolos poco útiles para el propósito de esta licitación.

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

- **Mapa de públicos estratégicos**

El mapa distingue correctamente ejes y perfiles, e incluye aliados y agencias por ámbito, lo que se valora positivamente. Sin embargo, la identificación de públicos estratégicos para talento digital, transferencia tecnológica y sostenibilidad se limita a líderes de opinión.

Se echa en falta además la inclusión de organismos clave como universidades o comunidades técnicas especializadas.

En consecuencia, en este apartado, la empresa obtiene una puntuación total de **8 puntos**.

- **Propuesta de acciones relacionales**

Se identifican foros adecuados y con variedad, aunque faltan espacios centrados específicamente en transferencia de tecnología. La inclusión de una actividad cultural y artística como primer contacto se considera alejada de los ejes de la fundación.

Asimismo, no se proponen actividades propias alineadas con los ejes de talento o transferencia tecnológica, lo que limita el alcance relacional.

En consecuencia, en este apartado, la empresa obtiene una puntuación total de **6 puntos**.

En consecuencia, en este apartado sobre el **Plan de relaciones institucionales y relaciones públicas**, HARMON CORPORATE AFFAIRS, S.L., obtiene una puntuación total de **15 puntos**.

b) Equipo de trabajo y recursos adicionales

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

La propuesta detalla adecuadamente los roles y tareas de cada perfil, así como el punto de contacto principal para la coordinación con la Fundación.

La estructura del equipo es clara y funcional, sin embargo, no se contempla un equipo de contingencias ni un plan específico para cubrir posibles bajas, ausencias o situaciones imprevistas, lo que puede comprometer la continuidad del servicio en escenarios de necesidad operativa.

En consecuencia, en este apartado, la empresa obtiene una puntuación total de **4 puntos**.

- **Grado de experiencia, especialización y relevancia profesional del equipo propuesto**

Se describe de forma correcta la trayectoria profesional, formación y conocimiento institucional de los miembros del equipo, reflejando una propuesta sólida en cuanto a experiencia. No obstante, la interlocución estratégica no se detalla en la documentación presentada.

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

En consecuencia, en este apartado sobre el **Equipo de trabajo y recursos adicionales**, HARMON CORPORATE AFFAIRS, S.L., obtiene una puntuación total de **6,5 puntos**.

c) Caso práctico

- **Diseño de un plan de acciones ad hoc para la presentación y difusión del informe**

Se detecta una confusión entre las actividades de la Fundación y el evento MWC Barcelona, lo que deriva en la ausencia de una propuesta alineada y específica para la presentación del informe en Madrid. Esta falta de enfoque limita la coherencia del plan.

No obstante, se valora positivamente la propuesta de diseñar una ruta para la presentación del informe en diferentes localizaciones, así como la atención prestada a su difusión en universidades, lo que permite ampliar el alcance hacia públicos académicos y jóvenes.

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

- **Listado de acciones relevantes del ecosistema**

El listado de actores está centrado principalmente en instituciones y secretarías vinculadas, e incluye universidades con presencia a nivel estatal, lo que aporta cierta diversidad.

La identificación de periodistas es adecuada, aunque se echa en falta la inclusión de agentes clave, como las comunidades de desarrolladores, especialmente relevantes para el contenido del informe y su difusión en entornos digitales especializados.

En consecuencia, en este apartado, la empresa obtiene una puntuación total de **1,25 puntos**.

- **Propuesta de materiales de apoyo a las acciones propuestas**

Los materiales de apoyo son limitados con solo dos propuestas presentadas. Además, estos están centrados en acciones puntuales y no abarcan el conjunto del plan de presentación y difusión.

Se hubiera recomendado ampliar la propuesta con materiales específicos para medios, redes sociales y presentaciones institucionales, incluyendo ejemplos que permitan valorar su utilidad y calidad.

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

En consecuencia, en este apartado sobre el Caso práctico HARMON CORPORATE AFFAIRS, S.L. , obtiene una puntuación total de 4 puntos .
--

d) Modelo de relación y seguimiento

- **El formato y la periodicidad de las reuniones de seguimiento**

La propuesta contempla adecuadamente el formato y la periodicidad de las reuniones de seguimiento, lo que permite un control y coordinación efectiva del proyecto. En consecuencia, en este apartado, la empresa obtiene una puntuación total de **1 puntos**.

- **El sistema de analítica y reporting propuesto**

Se describen los distintos tipos de reporting previstos, pero no se incluye ningún ejemplo concreto que permita valorar con mayor claridad la calidad y profundidad de los informes.

En consecuencia, en este apartado, la empresa obtiene una puntuación total de **0,50 puntos**.

- **La definición de métricas de rendimiento y cumplimiento de objetivos**

Se establecen métricas y objetivos mensuales de forma correcta, lo cual facilita el seguimiento del rendimiento y la evaluación del cumplimiento.

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

- **Las herramientas digitales o metodológicas planteadas para el seguimiento y la presentación de resultados**

Se proponen herramientas digitales básicas para el seguimiento, pero no se observan elementos innovadores en este ámbito.

En consecuencia, en este apartado, la empresa obtiene una puntuación total de **0,50 puntos**.

En consecuencia, en este apartado sobre el Modelo de relación y seguimiento HARMON CORPORATE AFFAIRS, S.L., obtiene una puntuación total de 3 puntos .
--

BURSON COHN & WOLFE, S.L.U.

BURSON COHN & WOLFE, 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.

a) Plan de relaciones institucionales y relaciones públicas

- **Planteamiento estratégico y metodológico**

La estrategia se plantea en distintas fases de desarrollo e incluye la intervención en todos los ejes estratégicos, lo cual se valora positivamente. Sin embargo, no se especifican las herramientas que se utilizarán.

En consecuencia, en este apartado, la empresa obtiene una puntuación total de **6 puntos**.

- **Definición de objetivos a corto y medio plazo**

Los objetivos están correctamente definidos, con tiempos marcados y en línea con los distintos ejes estratégicos de la fundación. El planteamiento es claro y coherente con la estrategia general

En consecuencia, en este apartado, la empresa obtiene una puntuación total de **4,5 puntos**.

- **Mapa de públicos estratégicos**

Se presenta un mapa de públicos muy completo con enfoque nacional y regional, abarcando todos los ejes estratégicos.

Se valora especialmente la inclusión de *think tanks*, asociaciones y universidades, aunque se detecta la ausencia de actores específicos en el ámbito de la transferencia tecnológica.

En consecuencia, en este apartado, la empresa obtiene una puntuación total de **8 puntos**.

- **Propuesta de acciones relacionales**

La propuesta incluye tanto eventos propios como de terceros, junto con iniciativas como un círculo digital, acciones formativas y un ejercicio de benchmarking muy completo. Así, el enfoque es sólido y alineado con los objetivos planteados.

En consecuencia, en este apartado, la empresa obtiene una puntuación total de **8 puntos**.

En consecuencia, en este apartado sobre el **Plan de relaciones institucionales y relaciones públicas**, BURSON COHN & WOLFE, S.L.U., obtiene una puntuación total de **26,5 puntos**.

b) Equipo de trabajo y recursos adicionales

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

La propuesta detalla correctamente los roles y tareas de los perfiles asignados al proyecto, presentando una estructura clara del equipo.

Se menciona un plan de contingencias basado en un equipo rotativo, lo cual se valora positivamente, aunque no se especifican los perfiles concretos que formarían parte de dicho equipo. Asimismo, se destaca como positivo el hecho de contar con presencia en Barcelona y Madrid, lo que garantiza una cobertura territorial adecuada. También se valoran favorablemente los casos de éxito asociados a los perfiles incluidos.

En consecuencia, en este apartado, la empresa obtiene una puntuación total de **4 puntos**.

- **Grado de experiencia, especialización y relevancia profesional del equipo propuesto**

La propuesta ofrece un alto grado de detalle en la trayectoria profesional y el conocimiento institucional de los perfiles propuestos. Además, se incluye una explicación sólida y clara sobre la interlocución estratégica prevista.

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**, BURSON COHN & WOLFE, S.L.U., obtiene una puntuación total de **7 puntos**.

c) Caso práctico

- **Diseño de un plan de acciones ad hoc para la presentación y difusión del informe**

Se plantea un acto institucional en Madrid que está bien enfocado, aunque se echa en falta la inclusión de universidades como parte del público objetivo y participantes en la agenda del evento.

Se valora positivamente el formato propuesto, así como la breve bajada de escaleta y los materiales sugeridos para el desarrollo del acto.

En cuanto a las reuniones planteadas, falta diversidad de actores, ya que la propuesta se centra en agentes gubernamentales.

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

- **Listado de acciones relevantes del ecosistema**

El listado es amplio e incluye instituciones, entidades, fundaciones y empresas. Se valora especialmente la inclusión de organizaciones como Mujeres Tech y compañías tecnológicas de primer nivel, lo que aporta relevancia y enfoque sectorial.

No obstante, se señala como mejora la ausencia de universidades, cuya presencia sería clave para fortalecer el vínculo con el ámbito académico y con el talento joven, así como con la comunidad tech transfer.

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

- **Propuesta de materiales de apoyo a las acciones propuestas**

La propuesta de materiales es completa y cubre adecuadamente las necesidades vinculadas al caso planteado. Sin embargo, se hubiera valorado positivamente la inclusión de ejemplos visuales.

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

En consecuencia, en este apartado sobre el Caso práctico BURSON COHN & WOLFE, S.L.U. , obtiene una puntuación total de 6 puntos .

d) Modelo de relación y seguimiento

- **El formato y la periodicidad de las reuniones de seguimiento**

Se plantea un modelo de seguimiento correcto, incluyendo la opción de coordinación con terceros, lo que favorece la colaboración y el control compartido.

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

- **El sistema de analítica y reporting propuesto**

Se plantean reportings correctos, faltaría mencionar la inclusión de informes *ad hoc* orientados a apoyar acciones estratégicas.

En consecuencia, en este apartado, la empresa obtiene una puntuación total de **0,50 puntos**.

- **La definición de métricas de rendimiento y cumplimiento de objetivos**

Los indicadores presentados no se establecen de forma específica, sino que están muy enfocados al seguimiento de tareas y no profundizan en métricas de resultados ni en detalles que permitan evaluar el impacto real.

En consecuencia, en este apartado, la empresa obtiene una puntuación total de **0,25 puntos**.

- **Las herramientas digitales o metodológicas planteadas para el seguimiento y la presentación de resultados**

Se ofrecen herramientas digitales básicas, de uso habitual, sin incluir soluciones innovadoras que potencien la eficiencia o el análisis avanzado.

En consecuencia, en este apartado, la empresa obtiene una puntuación total de **0,75 puntos**.

En consecuencia, en este apartado sobre el Modelo de relación y seguimiento BURSON COHN & WOLFE, S.L.U., obtiene una puntuación total de 2,5 puntos .

INNOVA NEXT, S.L.U.

INNOVA NEXT, 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.

a) Plan de relaciones institucionales y relaciones públicas

- **Planteamiento estratégico y metodológico**

Se detecta una ligera confusión respecto a la actividad concreta de la Fundación, lo que se refleja en el análisis de contexto y en el enfoque estratégico planteado. Además, la propuesta metodológica y el uso de herramientas presentan un grado de complejidad elevado, lo que puede dificultar su aplicabilidad práctica.

No obstante, se reconocen herramientas que podrían ser útiles en la operativa diaria del proyecto y la estrategia identifica algunos elementos clave alineados con la misión de la Fundación, pero presenta una aproximación predominantemente político-institucional, sin una orientación marcada hacia las comunidades u otros grupos relevantes del ecosistema, que resultan imprescindibles para esta licitación.

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

- **Definición de objetivos a corto y medio plazo**

Los objetivos están bien definidos y presentan indicadores de éxito claros, aunque en algunos casos excesivamente ambiciosos.

Se valoran positivamente los ejes estratégicos vinculados a cada objetivo, así como su alineación con la actividad de la fundación, y la inclusión de la posibilidad de proyección de los objetivos a medio plazo en el marco de una prórroga.

En consecuencia, en este apartado, la empresa obtiene una puntuación total de **4,5 puntos**.

- **Mapa de públicos estratégicos**

El mapa es completo y realiza una segmentación adecuada por categorías en función de los ejes estratégicos. Sin embargo, se echa en falta la identificación de personas o referentes concretos dentro de cada ámbito.

En comparación con otras propuestas, se percibe una menor amplitud desde la perspectiva institucional, lo que limita su alcance en ciertos niveles de interlocución clave para la fundación.

En consecuencia, en este apartado, la empresa obtiene una puntuación total de **6 puntos**.

- **Propuesta de acciones relacionales**

Las acciones propuestas son variadas y detalladas, incluyendo tanto iniciativas propias como oportunidades de participación en eventos externos.

Sin embargo, algunas acciones no son factibles en la práctica o responden a una interpretación errónea de las actividades reales de la Fundación. En particular, la propuesta de incorporar Talent Arena en Madrid no resulta adecuada, ya que se trata de un evento que actualmente se está consolidando en Barcelona y la organización de eventos relacionados y deslocalizados podría generar interpretaciones erróneas.

Se hubiera valorado más positivamente un mayor ejercicio en la viabilidad y adecuación de las acciones en relación con el contexto operativo y estratégico real de la Fundación.

En consecuencia, en este apartado, la empresa obtiene una puntuación total de **6 puntos**.

En consecuencia, en este apartado sobre el **Plan de relaciones institucionales y relaciones públicas**, INNOVA NEXT, S.L.U., obtiene una puntuación total de **19,5 puntos**.

b) Equipo de trabajo y recursos adicionales

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

La propuesta presenta de forma clara los roles, tareas e interlocución asignados a cada perfil del equipo, lo que permite valorar positivamente la organización y estructura del servicio.

Se menciona una cobertura prevista para bajas, lo cual es adecuado, aunque no se ofrecen detalles específicos sobre cómo se implementaría ni qué perfiles estarían disponibles en caso de necesidad.

En consecuencia, en este apartado, la empresa obtiene una puntuación total de **4 puntos**.

- **Grado de experiencia, especialización y relevancia profesional del equipo propuesto**

Se describe adecuadamente la trayectoria profesional de los perfiles incluidos, así como proyectos destacados que refuerzan su especialización y experiencia.

No obstante, la interlocución estratégica se menciona de forma muy breve, sin desarrollar cómo se gestionará ni quiénes asumirán dicho rol de manera concreta, lo que reduce la claridad y profundidad en este aspecto

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

En consecuencia, en este apartado sobre el **Equipo de trabajo y recursos adicionales**, INNOVA NEXT, S.L.U., obtiene una puntuación total de **6,5 puntos**.

c) Caso práctico

- **Diseño de un plan de acciones ad hoc para la presentación y difusión del informe**

El plan propone integrar la presentación del informe en una nueva propuesta *teaser* de Talent Arena Madrid, un evento que actualmente no está presente en la comunidad de Madrid, lo que añade una complejidad organizativa poco viable en este momento. Además, al formar parte de un evento de mayor envergadura, se corre el riesgo de diluir la visibilidad y el protagonismo del informe.

En cambio, se valora positivamente la propuesta de *roadshows*, que contempla reuniones privadas y participación en eventos relevantes, abarcando todos los públicos objetivo y con impacto a nivel estatal.

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

- **Listado de acciones relevantes del ecosistema**

El listado presentado cubre una variedad de públicos, y destaca positivamente el nivel de especialización en comunidades de desarrolladores y el sector tecnológico. Sin embargo, se detecta una ausencia de representación institucional, que sería clave

para equilibrar el enfoque y resulta imprescindible para consolidar el ámbito relacional.

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

- **Propuesta de materiales de apoyo a las acciones propuestas**

La propuesta de materiales cubre adecuadamente las necesidades derivadas del caso planteado. Aun así, se echa en falta la inclusión de ejemplos concretos que permitan valorar con mayor claridad la calidad visual, el enfoque narrativo y la aplicabilidad de los materiales en los distintos formatos de presentación y difusión.

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

En consecuencia, en este apartado sobre el **Caso práctico INNOVA NEXT, S.L.U.**, obtiene una puntuación total de **4,75 puntos**.

d) Modelo de relación y seguimiento

- **El formato y la periodicidad de las reuniones de seguimiento**

Se plantea un formato de seguimiento con reuniones de carácter altamente complejo, lo que podría implicar una gestión intensiva y detallada por parte de la fundación y ser poco ágil.

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

- **El sistema de analítica y reporting propuesto**

Se describen los diferentes tipos de reportings previstos, aunque no se incluye ningún ejemplo concreto que permita evaluar su contenido o formato.

En consecuencia, en este apartado, la empresa obtiene una puntuación total de **0,50 puntos**.

- **La definición de métricas de rendimiento y cumplimiento de objetivos**

Se establecen KPIs, pero están muy orientados al seguimiento del trabajo, sin un enfoque claro en métricas de resultados o impacto.

En consecuencia, en este apartado, la empresa obtiene una puntuación total de **0,25 puntos**.

- **Las herramientas digitales o metodológicas planteadas para el seguimiento y la presentación de resultados**

Se incluyen herramientas digitales para el seguimiento, aunque de forma muy breve y con poco contenido.

En consecuencia, en este apartado, la empresa obtiene una puntuación total de **0,25 puntos**.

En consecuencia, en este apartado sobre el **Modelo de relación y seguimiento** INNOVA NEXT, S.L.U., obtiene una puntuación total de **2 puntos**.

4. CONCLUSIÓN

En resumen, la valoración conforme a criterios subjetivos o ponderables en función de un juicio de valor deriva en el resultado que se adjunta como Anexo a este informe, que suscribe la ponencia técnica de la Mesa de Contratación.

En Barcelona, a 14 de julio de 2025



Victor Solvas
Head of Press & PR
MWCapital



Emily Henley
PR Executive
MWCapital

ANEXO I. RESUMEN DE VALORACIÓN:

	KREAB IBERIA, S.L.U.,	ROMAN Y ASOCIADOS, S.A.	HARMON CORPORATE AFFAIRS, S.L.	BURSON COHN & WOLFE, S.L.U.	INNOVA NEXT, S.L.U.
Plan de relaciones institucionales y relaciones públicas (hasta un máximo de 30 puntos)	22	11,5	15	26,5	19,5
Equipo de trabajo y recursos adicionales (hasta un máximo de 8 puntos)	6	6,25	6,5	7	6,5
Caso práctico (hasta un máximo de 8 puntos)	6	5,75	4	6	4,75
Modelo de relación y seguimiento (hasta un máximo de 4 puntos)	2	2	3	2,5	2
TOTAL	36	25,5	28,5	42	32,75