

**SERVICIO DE CONCEPTUALIZACIÓN, COORDINACIÓN Y EJECUCIÓN DEL
PROYECTO MOBILE LUNCH 2026 PARA FUNDACIÓ BARCELONA MOBILE
WORLD CAPITAL FOUNDATION**

Exp. A/F202523/S

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

En Barcelona, a **21 de enero de 2026**, a las **11:30 horas**, se constituye la Mesa de Contratación con los siguientes asistentes:

- **Presidenta**: **Laia Corbella**, Chief of Communications & Corporate Affairs Officer de MWCcapital;
- **Secretaria**: **Marta Duelo**, Chief of Legal & Contractual Services de MWCcapital;
- **Vocal**: **Vicenç Margalef Parellada**, Chief Operating Officer de MWCcapital;
- **Vocal técnico 1**: **Anna Farrero**, Head of Brand Projects & Events de MWCcapital;
- **Vocal técnico 2**: **Arantxa Herrero**, Events 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 21 de enero de 2026, respecto a las propuestas de los cuatro (4) operadores económicos presentados y, asimismo, aceptados en esta fase de la licitación de referencia (Exp. A/F202523/S), habiendo superado la fase de verificación de sus aptitudes y no habiendo incurrido en deficiencias a la hora de presentar sus ofertas en lo que al Sobre 1 y Sobre 2 se refiere, que son las siguientes:

1. ODD SPACES, S.L.
2. R.P UNO, S.L. / INTERPROFIT
3. CREA EVENTOS E INCENTIVOS BARCELONA, S.L.
4. BAKERY EXPERIENCES, S.L.U.

La ponencia técnica explica en detalle la valoración realizada para los cuatro (4) operadores económicos concurrentes en esta fase de la licitación, así como las puntuaciones alcanzadas.

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 cuatro (4) operadores económicos concurrentes en esta fase de la licitación, esto es, ODD SPACES, S.L., R.P. UNO, S.L./INTERPROFIT, CREA EVENTOS E INCENTIVOS BARCELONA, S.L. y BAKERY EXPERIENCES, S.L.U. 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 puntuaciones otorgadas.

SEGUNDO. Publicar el resultado de la valoración de las proposiciones contenidas en el Sobre 2 de los cuatro (4) operadores económicos concurrentes en esta fase de la licitación (Exp. A/F202523/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 de la Presidenta; 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/F202523/S

Procedimiento abierto (contratación no armonizada)

Contrato para la prestación de un servicio de conceptualización, coordinación y ejecución del proyecto Mobile Lunch 2026 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. MARCO Y CRITERIOS APLICABLES

De conformidad con el Cuadro de Características (apartado I) del Pliego de Cláusulas Administrativas Particulares (PCAP) del expediente de referencia de Fundació Barcelona Mobile World Capital Foundation (en adelante, “**MWCapital**” o la “**Fundación**”, indistintamente), que remite al epígrafe 8 del Informe de Necesidad (IN) para la determinación de los criterios de adjudicación, la valoración del Sobre 2 se realiza exclusivamente conforme a los criterios sujetos a juicio de valor definidos en el epígrafe 8.1 del IN.

Dichos criterios se han aplicado tomando como base la descripción del objeto del contrato, el alcance del servicio, los contenidos mínimos exigibles y los aspectos técnicos de valoración desarrollados en el Pliego de Prescripciones Técnicas (PPT), en tanto que marco técnico complementario.

En consecuencia, la presente motivación se limita estrictamente a dichos criterios y subcriterios, sin introducir elementos no previstos en los pliegos, y distribuye la puntuación de forma proporcionada, individualizada y trazable, en relación con la documentación presentada por cada licitador.

Se recuerda que, conforme a los pliegos del procedimiento, y en base al artículo 146.3 de la LCSP, se establece un umbral mínimo de calidad técnica del 50 % sobre los criterios sujetos a juicio de valor (esto es, de 24,5 puntos), cuya superación resulta necesaria para continuar en el procedimiento.

2. EMPRESAS OBJETO DE VALORACIÓN

De conformidad con lo dispuesto en los artículos 146, 150 y 157 de la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público (LCSP), y una vez verificada su

admisión al procedimiento, se procede a la evaluación de las propuestas técnicas presentadas por las cuatro (4) empresas concurrentes a la licitación, a saber:

1. ODD SPACES, S.L.
2. R.P UNO, S.L. / INTERPROFIT
3. CREA EVENTOS E INCENTIVOS BARCELONA, S.L.
4. BAKERY EXPERIENCES, S.L.

3. VALORACIÓN

De conformidad con el acuerdo de la Mesa de Contratación adoptado tras la apertura del Sobre 2, se ha dado traslado a esta ponencia técnica de las cuatro (4) ofertas técnicas presentadas, a fin de proceder a la valoración de los criterios sujetos a juicio de valor.

En cumplimiento de dicho encargo, se ha procedido al análisis de la documentación técnica incluida en el Sobre 2 de los licitadores de referencia, a la luz de los criterios y subcriterios establecidos en el IN (8.1), y con base en los contenidos mínimos y parámetros técnicos recogidos en el PPT.

La presente valoración se articula en torno a cada uno de los bloques y subapartados definidos en los pliegos, motivando cada puntuación asignada conforme a los ítems valorables aplicables y contrastables en las ofertas.

Con base en lo anterior, se expone a continuación el contenido, análisis y valoración de las ofertas presentadas:

A. ODD SPACES, S.L.

ODD SPACES, S.L. (en adelante “ODD SPACES”) presenta una propuesta técnica que incluye los contenidos requeridos y permite su evaluación conforme a los criterios de adjudicación subjetivos establecidos en los pliegos. Dicha propuesta alcanza una puntuación total superior al umbral mínimo de 24,5 puntos previsto en el artículo 146.3 de la LCSP y en el PCAP, por lo que continúa en el procedimiento.

1. Propuesta gastronómica integral (hasta un máximo de 15 puntos)

- a) Diseño del menú para 350 personas (hasta un máximo de 11 puntos)

La propuesta gastronómica presentada está desarrollada por Tiberi Group, un estudio creativo de Barcelona que trabaja de forma colaborativa con chefs, artistas y

diseñadores, y cuya especialización en diseño gastronómico, producción de eventos, dirección de arte y comunicación, consigue transformar el acto de comer en una experiencia sensorial y narrativa. En este sentido, su propuesta aporta un enfoque muy creativo y original combinando juego, tradición y diseño y consiguiendo maximizar la calidad e innovación del proyecto Mobile Lunch 2026.

Su propuesta apuesta por ingredientes de temporada, productores locales y vinos de mínima intervención, integrando una magnífica selección de productos de kilómetro 0 que refuerzan su vinculación con el tejido gastronómico local. Se valora muy positivamente la aportación de una ficha específica donde se detalla la procedencia de los ingredientes.

Con motivo del 20º aniversario del MWC Barcelona, se plantea una propuesta gastronómica y tecnológica que pretende convertir el *venue* en un auténtico set de rodaje, acompañando y reforzando la conexión entre la trayectoria histórica del MWC Barcelona y la mirada hacia el futuro que propone la iniciativa audiovisual Day One. La originalidad de la propuesta, concebida para integrarse de forma orgánica en la ambientación cinematográfica y tecnológica, consigue reforzar el mensaje institucional de MWCcapital y ampliar el alcance comunicativo del evento, aspectos que destacan y sobresalen de las demás propuestas.

El diseño del menú describe de forma detallada cada plato, diferenciando entre aperitivos fríos, aperitivos calientes y postre, combinado su presentación en diferentes estaciones y servicio de bandeja e incorporando una minuta impresa alineada con la identidad de MWCcapital. Además, se presenta de forma excelente, clara y ordenada la denominación del menú, sus ingredientes, el orden y la secuencia del servicio mediante un cronograma y el formato del servicio, lo que facilita el entendimiento, la visualización y el traslado operativo de la propuesta al entorno real.

En concreto, el menú se divide en:

- Welcome: Palomitas
- Estaciones: Gildas, papas arrugás servidas con diferentes salsas y quesos locales catalanes.
- Aperitivos fríos: Pan de cristal con ricota, anchoa y ralladura de limón, tartaleta con crema de queso, espárragos y cebolla encurtida, royal de alcachofa con crema de limón, y esfera crujiente rellena con calçot asado con romesco y almendras.
- Aperitivos calientes: Croquetas de jamón ibérico y de calabaza especiada, brioche con butifarra, salsa de pimentón y piparras y suquet de peix con brocheta de pescado y gambas.
- Postre: Pastel 20 aniversario

El cierre del diseño del menú con una tarta gigante conmemorativa del 20º aniversario conseguirá un efecto WOW relevante y de matices elegantes, junto con la incorporación de una estación de café de especialidad a cargo de una empresa referente en el sector del café artesanal en España, aportan un toque diferencial y de gran calidad a la experiencia global del proyecto.

Asimismo, se detalla el planteamiento de bodega y la propuesta de bebidas, y se dimensiona el *staff* (perfiles y dotación) conforme a los ritmos de pase y a las necesidades del servicio.

Finalmente, se valora positivamente el equilibrio que se pretende entre las elaboraciones frías y calientes, así como el cuidado y atención al detalle en la descripción de los ingredientes según necesidades de alimentación específicas (lactosa, gluten, frutos secos, etc.), aunque se echa en falta la integración de un mayor número de opciones para las mismas, independientemente de la asunción o no del compromiso de ofrecer una propuesta gastronómica individualizada para asistentes veganos, vegetarianos y con los principales alérgenos valorable en los criterios automáticos del Sobre 3.

Por todo lo anterior, se otorga a este subcriterio una **valoración de 10,5 sobre 11 puntos**, al considerarse que la propuesta cubre las necesidades que la tipología específica del evento requiere, combinando modernidad e innovación con proximidad.

b) Propuesta de presentación y formato de entrega (hasta un máximo de 2 puntos)

La presentación y los formatos de entrega están muy bien resueltos, valorándose muy positivamente la calidad, coherencia y creatividad y consiguiendo ser fluido, elegante y adaptado al formato cóctel previsto para 350 personas.

Se presentan diferentes estaciones gastronómicas integradas de forma coherente con el concepto del evento y combinadas junto con un servicio de bandeja que responde a la idea de servicio mixto. Así, los formatos están correctamente pensados para facilitar la movilidad de los asistentes y optimizar la limpieza y operativa durante el servicio.

Finalmente, destaca el alto nivel de detalle aportado sobre los materiales y el menaje, especificando tipologías de vajilla, cubertería, cristalería, acabados y materiales utilizados, así como la aportación de un cronograma detallado del servicio. Esta definición garantiza coherencia estética, funcionalidad y alineación con el concepto general de la propuesta.

Por todo lo anterior, se otorga a este subcriterio una **valoración de 2 sobre 2 puntos**, al estimarse que la propuesta cumple con los requisitos solicitados.

c) **Conceptualización y *storytelling* (hasta un máximo de 2 puntos)**

La capacidad conceptual y creativa de la propuesta gastronómica está estrechamente vinculada al posicionamiento de marca de MWCcapital y su coherencia con el MWC Barcelona 2026, su 20° aniversario y el universo conceptual de Day One.

La propuesta refleja innovación, creatividad y el homenaje a las dos décadas del MWC, integrando también cine y tecnología de manera coherente, y consiguiendo que cada detalle, desde la selección de productos hasta la puesta en escena, contribuyan a una experiencia inmersiva de gran valor.

La integración de elementos icónicos tales como una primera estación de Welcome con palomitas basado en un entorno cinematográfico, y la tarta gigante horizontal para 350 personas presentada sobre un carro que mantiene la misma línea estética del mobiliario de rodaje, refuerzan la conexión con la narrativa del evento y consiguen mantener un *storytelling* contemporáneo, dinámico y equilibrado.

Por todo lo anterior, se otorga a este subcriterio una **valoración de 1,5 sobre 2 puntos**, al estimarse que la propuesta es satisfactoria, pero podría haberse ampliado trascendiendo ligeramente la narrativa principal.

Por todo ello, en este apartado 1 sobre la “**Propuesta gastronómica integral**”, ODD SPACES obtiene una puntuación total de **14 sobre 15 puntos**.

2. Propuesta de diseño y organización del espacio
(hasta un máximo de 15 puntos)

a) **Concepto de diseño y ambientación del espacio (hasta un máximo de 7 puntos)**

La propuesta presenta un diseño del espacio claro y funcional, con una definición precisa y muy visual de flujos de asistentes y accesos diferenciados para el *hall* principal, autoridades y *staff*, lo que permite una operativa ordenada desde la llegada hasta la transición entre naves.

El concepto visual mantiene una alineación coherente con la identidad de MWCcapital, integrando colorimetría institucional y un lenguaje escenográfico que combina estética cinematográfica y carácter tecnológico, en línea con el Mobile Lunch y el universo Day One. Esta integración dota al espacio de una narrativa visual sólida sin comprometer su funcionalidad.

Asimismo, las fichas técnicas y la información detallada sobre las capacidades de cada nave facilitan la comprensión de la operativa, la planificación del *sitting* y la previsión de movimientos durante todo el acto.

En atención a lo anterior, se valora este subcriterio con una **puntuación de 6,5 sobre 7 puntos**, al estimarse que se ha resuelto satisfactoriamente la necesidad de una operativa clara y ordenada, atendiendo a todas las necesidades planteadas.

b) Propuesta de organización del espacio (hasta un máximo de 8 puntos)

La organización del espacio establece una vinculación coherente entre diseño y operativa, definiendo de forma clara las áreas destinadas a cada fase del evento y la secuencia de uso de las naves.

Se valora positivamente la transformación del Taller en un entorno polivalente, combinando formato cine/*premiere* con una zona expositiva, planteamiento que responde adecuadamente a las necesidades del proyecto.

El uso de pantallas, DJ booth y otros recursos visuales está correctamente integrado, con aplicación consistente del color corporativo y de la estética institucional. La distribución de barras, estaciones y puntos de circulación muestra un alto nivel de detalle y favorece una experiencia fluida para asistentes, autoridades y equipo técnico.

La propuesta integra también elementos de branding y señalética acordes a la identidad visual de MWCcapital, reforzando la coherencia del diseño y facilitando la orientación de los asistentes en los distintos espacios.

En definitiva, la propuesta presenta un alto grado de detalle, coherencia y funcionalidad garantizando así una experiencia fluida, segura y ordenada durante el desarrollo del evento.

Por la motivación anterior, se otorga a este subcriterio una **valoración de 7,5 sobre 8 puntos**.

Por todo ello, en este apartado 2 sobre “ Propuesta de diseño y organización del espacio ” ODD SPACES obtiene una puntuación total de 14 sobre 15 puntos .
--

3. Propuesta de activaciones (hasta un máximo de 12 puntos)

Se ha presentado de forma detallada una propuesta de activaciones experienciales que consiguen dinamizar el recorrido y la interacción de los asistentes, que se conciben como adecuadas al contexto del evento, de gran calidad, originalidad y coherencia conceptual en su conjunto, y que están en línea con la identidad institucional de MWCcapital.

a) Activación Day One (hasta un máximo de 4 puntos)

La activación traslada el universo narrativo del proyecto audiovisual Day One al ámbito relacional mediante una exposición/photocall de estética tecnológica, el set de cine instalado en el Taller y un welcome de palomitas como guiño temático. El conjunto refuerza la narrativa del evento, su coherencia visual con MWCcapital y la integración con el *storytelling*, ofreciendo un punto de reconocimiento inmediato para los asistentes.

En definitiva, se considera una experiencia llamativa que cumple con la función prevista pero que carece de elementos interactivos para mejorar dicha experiencia.

Por todo lo anterior, se otorga a este subcriterio una **valoración de 3'75 sobre 4 puntos**.

b) Propuesta musical (hasta un máximo de 4 puntos)

Se valora positivamente que la propuesta contemple varias opciones musicales, ofreciendo flexibilidad y capacidad de adaptación al tono del evento, y que la selección de artistas sea contemporánea y pensada para aportar personalidad propia al evento.

La propuesta se ve reforzada con música en directo y performance audiovisual, generando una experiencia dinámica y alineada con el carácter innovador del evento, así como con el tono institucional del mismo, y que acompañarán y marcarán los momentos claves del acto.

Por todo lo anterior, se otorga a este subcriterio una **valoración de 4 sobre 4 puntos**, al estimarse que la propuesta cumple con los requisitos solicitados.

c) Postre “Wow” (hasta un máximo de 4 puntos)

El diseño de un momento de postre WOW con un pastel de gran formato para conmemorar el 20º aniversario del MWC Barcelona funciona como cierre ceremonial, elegante y de gran atractivo visual y memorable.

Sin embargo, se considera que la torre de copas no se alinea con la estética y grado institucional del evento, restando así armonía a la puesta en escena.

Por todo lo anterior, se otorga a este subcriterio una **valoración de 2,25 sobre 4 puntos**.

Por todo ello, en este apartado 3 sobre la “**Propuesta de activaciones**”, ODD SPACES obtiene una puntuación total de **10 sobre 12 puntos**.

4. Metodología y equipo de trabajo
(hasta un máximo de 7 puntos)

a) Planificación y calendario de trabajo (hasta un máximo de 2 puntos)

La propuesta presenta una planificación clara, estructurada, con una cronología semanal definida entre los meses de enero y febrero, identificación de entregables, tareas e hitos claves y uso de herramientas compartidas en la nube.

La escaleta del acto, con *timings* detallados por momento (welcome, premiere, lunch y cake), facilita la comprensión del desarrollo del evento y demuestra un buen control de la planificación temporal y necesidades operativas del evento.

Por todo lo anterior, se otorga a este subcriterio una **valoración de 2 sobre 2 puntos**, al estimarse que la propuesta es completa y permite una visualización completa para el seguimiento del proyecto.

b) Equipo de trabajo (hasta un máximo de 5 puntos)

El dimensionamiento del equipo es adecuado y los perfiles propuestos resultan idóneos en relación con las funciones descritas (dirección, producción técnica, regiduría y atención al espacio), incluyendo además la dotación específica de camareros y cocineros y la gestión de residuos.

No obstante, no existe una definición clara de las tareas asignadas ni se aportan los CV del equipo tal y como se exigía para este criterio, lo que dificulta una evaluación más precisa de la experiencia y responsabilidades concretas de cada perfil.

Por todo lo anterior, se otorga a este subcriterio una **valoración de 2,5 sobre 5 puntos**.

Por todo ello, en este apartado 4 sobre la “**Metodología y equipo de trabajo**”, ODD SPACES obtiene una puntuación total de **4,5 sobre 7 puntos**.

B. R.P UNO, S.L. / INTERPROFIT

R.P UNO / INTERPROFIT (en adelante, “INTERPROFIT”) presenta una propuesta técnica que incluye los contenidos requeridos y permite su evaluación conforme a los criterios de adjudicación subjetivos establecidos en los pliegos. Dicha propuesta alcanza una puntuación total superior al umbral mínimo de 24,5 puntos previsto en el artículo 146.3 de la LCSP y en el PCAP, por lo que continúa en el procedimiento.

1. Propuesta gastronómica integral (hasta un máximo de 15 puntos)

a) Diseño del menú para 350 personas (hasta un máximo de 11 puntos)

La propuesta gastronómica se basa en el diseño del prestigioso chef Marc Pérez de La Sosa, cuya trayectoria se centra en la reinterpretación de la alta cocina catalana, aportando así un enfoque de autor que combina técnicas contemporáneas con productos de ámbito tradicional. Por ello, se valora positivamente la aportación de una gastronomía de autor que consigue aportar valor a la experiencia gastronómica.

El menú se articula a partir de productos locales, estacionales y sostenibles, incluyendo pescado fresco, verduras ecológicas y carnes procedentes de proyectos responsables. Esta apuesta por productores de proximidad con el enfoque de sostenibilidad responde perfectamente al criterio de temporalidad y proximidad requeridos.

Asimismo, la propuesta gastronómica combina sabores tradicionales de la cocina catalana con técnicas contemporáneas, manteniendo una coherencia conceptual basada en la reinterpretación del recetario local. No obstante, la oferta podría haber reforzado la conexión narrativa entre la innovación culinaria y la dimensión tecnológica del proyecto, que queda descrita de manera general pero no detallada en relación con los platos de forma específica.

En concreto, el menú se divide en un repertorio amplio de elaboraciones:

- Aperitivos: Croquetas de pollo a la catalana, ciruela y perifollo, Chawanmushi de calçots con romesco, coca de setas, anguila ahumada y membrillo, brandada de bacalao, aceituna negra y pimiento del piquillo y ostra del Delta.
- Aperitivos fríos/barra *showcooking*: Brocheta de calamar picada verde, su tinta, buñuelo de carxofa Prat y papada ibérica, profiterol de gamba roja de Vilanova y tartar de vaca ecológica.
- Aperitivos calientes/barra *showcooking*: Mini-canelón de rostit con trufa de invierno, guisante del Maresme con kokotxas, pil pil y limónn, colmenillas rellenas y arroz mar y montaña.

La estructura, diseño y tipología de platos ofrece equilibrio entre temperaturas, formatos y ritmos de servicio, incluyendo además un planteamiento de bodega y propuesta de bebidas adecuado.

Sin embargo, se echa en falta un mayor detalle técnico sobre ingredientes, técnicas aplicadas y emplatados, así como la integración de opciones para necesidades de alimentación específicas más allá de menciones genéricas a la calidad y origen responsable de los productos, independientemente de la asunción o no del compromiso de ofrecer una propuesta gastronómica individualizada para asistentes veganos, vegetarianos y con los principales alérgenos valorable en los criterios automáticos del Sobre 3.

Por todo lo anterior, se otorga a este subcriterio una **valoración de 8'5 sobre 11 puntos**.

- b) Propuesta de presentación y formato de entrega (hasta un máximo de 2 puntos)

La propuesta incorpora dos barras de *showcooking* concebidas como estaciones de elaboración en directo que aportan dinamismo y favorecen la interacción con los asistentes. No obstante, no se detalla su configuración, equipamiento, capacidad, dimensiones ni operativa, limitando la capacidad de evaluar su adecuación al volumen de 350 asistentes.

El servicio mixto planteado combina pase en bandeja con preparaciones en las dos estaciones de *showcooking*, planteamiento que resulta coherente con el formato cóctel y que facilita el flujo de asistentes. Sin embargo, se echa en falta una mayor descripción de los ritmos de pase, la frecuencia y la secuenciación temporal entre ambos canales de servicio, dificultando así la evaluación de la coherencia operativa.

La propuesta, aunque incluye el planteamiento de bodega y propuesta de bebidas, no detalla la existencia y ubicación de puntos de bebida, y tampoco incluye un cronograma o escaleta temporal de la secuencia del servicio (inicios, refuerzos, activación de estaciones, pase final o momento postre), elementos todos ellos que se exigían en la propuesta para su valoración.

Por otro lado, y aunque la propuesta apuesta por la elaboración en directo, esto es, el *showcooking*, que consigue ser un elemento de interacción con los asistentes, se detecta un elemento crítico sobre su ejecución. El espacio propuesto, la Fusteria, no dispone de salida de humos haciendo inviable o limitando en gran medida la realización de la misma para los platos calientes descritos.

Finalmente, cabe mencionar que el menaje está descrito de forma muy superficial, sin detallar materiales, acabados, criterios estéticos o funcionalidad.

Por todo lo anterior, se otorga a este subcriterio una **valoración de 0,5 sobre 2 puntos**.

c) Conceptualización y *storytelling* (hasta un máximo de 2 puntos)

La propuesta articula un relato gastronómico basado en la reinterpretación de la alta cocina catalana, utilizando degustaciones que ponen en valor el producto local, la estacionalidad y los productores de proximidad. Esta aproximación, así como diferentes referencias a la tradición, consiguen crear un vínculo con la identidad gastronómica del territorio y a la memoria culinaria, elementos todos ellos que sea alinean de manera muy satisfactoria con la intención conceptual y creativa en su conjunto.

Además, la propuesta tiene también la voluntad de incorporar técnicas culinarias contemporáneas para reinterpretar sabores clásicos con una óptica innovadora, buscando así un paralelismo con la dimensión tecnológica del proyecto Mobile Lunch. No obstante, dicha relación entre tecnología e innovación gastronómica no se concreta en elementos específicos del menú y tampoco se identifican técnicas, procesos, formatos o presentaciones que hagan explícita esta conexión conceptual. En este sentido, aunque se valora positivamente esta idea e intención, se echa en falta una materialización de la misma en evidencias verificables dentro de la propuesta.

Asimismo, la narrativa presentada refuerza la idea de Barcelona como *hub* gastronómico y tecnológico, lo que enlaza con el posicionamiento global de MWCcapital. Sin embargo, esta conexión se formula de manera general y no se traduce en una narrativa gastronómica plenamente integrada en el *storytelling* del evento ni con la temática principal del Mobile Lunch 2026.

Por todo lo anterior, se otorga a este subcriterio una **valoración de 1 sobre 2 puntos**, al estimarse que la propuesta incluye un concepto global que se materializa parcialmente.

Por todo ello, en este apartado 1 sobre la “**Propuesta gastronómica integral**”, INTERPROFIT obtiene una puntuación total de **10 sobre 15 puntos**.

2. Propuesta de diseño y organización del espacio **(hasta un máximo de 15 puntos)**

a) Concepto de diseño y ambientación del espacio (hasta un máximo de 7 puntos)

La propuesta aporta planos funcionales por nave donde se identifican flujos diferenciados de circulación, accesos definidos y una distribución que permite comprender la operativa general del evento. Esta estructuración evidencia un trabajo de planificación que facilita la lectura del espacio y su uso durante las diferentes fases del evento.

El eje conceptual del diseño se articula alrededor del término “Día Uno”, tomado del título de la serie audiovisual presentada durante el evento. Sin embargo, la propuesta no establece una conexión clara entre este concepto y el argumento real de la serie, limitando la fuerza narrativa necesaria para sustentar un *storytelling* sólido.

En este eje conceptual, se añade también un segundo hilo, la referencia al 20º aniversario del MWC Barcelona, combinación simultánea de conceptos que se presenta sin integración narrativa entre sí y que genera una incoherencia conceptual y solapamiento de mensajes.

En atención a lo anterior, se valora este subcriterio con una **puntuación de 5 sobre 7 puntos**.

b) Propuesta de organización del espacio (hasta un máximo de 8 puntos)

La propuesta presenta una organización del espacio basada en una ambientación sobria y coherente con la identidad visual de MWCcapital, utilizando los colores corporativos y elementos gráficos propios de la Fundación. Asimismo, se incluyen *photocalls* y referencias de mobiliario que resultan adecuados para el tipo de evento, aportando una atmósfera institucional correcta.

A través de los planos aportados es posible identificar de manera general los flujos de asistentes, las zonas previstas para tránsito y algunos elementos de circulación interna. No obstante, esta planificación se presenta de forma básica y sin un nivel de

detalle suficiente para evaluar plenamente la operativa real del evento, especialmente en un espacio con varios momentos funcionales (proyección, parlamentos, activaciones y catering).

Además, la propuesta, aunque permite inferir cómo podrían ordenarse los accesos y las áreas de uso, no desarrolla una jerarquización clara de estos espacios ni explica cómo se gestionaría la transición entre momentos o naves, elementos claves todos ellos en un evento de estas características.

Finalmente, se pone de relieve la ausencia de detalles técnicos sobre los equipos audiovisuales necesarios, elemento que se considera crítico para garantizar el correcto visionado de la serie, los parlamentos institucionales y la reproducción de audiovisuales y otras actividades previstas.

Por la motivación anterior, se otorga a este subcriterio una **valoración de 4,5 sobre 8 puntos**.

Por todo ello, en este apartado 2 sobre **“Propuesta de diseño y organización del espacio”** INTERPROFIT obtiene una puntuación total de **9,5 sobre 15 puntos**.

3. Propuesta de activaciones **(hasta un máximo de 12 puntos)**

a) Activación Day One (hasta un máximo de 4 puntos)

La propuesta plantea dos Day One *Live Stations* basadas en QR/NFC y un *Live Wall* para visualizar mensajes generados por los asistentes, considerándose una idea innovadora que introduce participación y dinamismo.

Sin embargo, se aprecia una elevada complejidad técnica en la propuesta, así como ciertas dudas sobre la efectiva interacción de los usuarios. Tampoco se especifican mecanismos de incentivo, comunicación *in situ* ni detalles básicos como las dimensiones o requisitos técnicos de las pantallas, ausencias todas ellas que limitan la capacidad de valorar su viabilidad real dentro del evento.

Por todo lo anterior, se otorga a este subcriterio una **valoración de 2 sobre 4 puntos**.

b) Propuesta musical (hasta un máximo de 4 puntos)

La selección musical, liderada por DJ Martina O’Clock, mantiene coherencia con el tono del evento y acompaña correctamente las activaciones.

Sin embargo, y aunque la propuesta es adecuada, resulta poco original y carente de alternativas o elementos diferenciales que puedan aportar un valor añadido significativo.

Por todo lo anterior, se otorga a este criterio una **valoración de 2 sobre 4 puntos**.

c) Postre “Wow” (hasta un máximo de 4 puntos)

La activación propone un concepto simbólico basado en un “pulso colectivo” que evoluciona hasta sincronizarse, reforzado por la participación del chef Lluç Clusellas y con intención clara de generar emoción.

Aunque se valora positivamente la intención de la activación, se considera como compleja y extensa, con una duración estimada excesiva que requiere un trabajo de coordinación previa. Además, no se detalla la pieza de chocolate ni se aporta una escaleta completa de su desarrollo, lo que dificulta evaluar su viabilidad operativa y el impacto real en el conjunto del evento.

Por todo lo anterior, se otorga a este criterio una **valoración de 1’5 sobre 4 puntos**.

Por todo ello, en este apartado 3 sobre la “**Propuesta de activaciones**”, INTERPROFIT obtiene una puntuación total de **5’5 sobre 12 puntos**.

4. Metodología y equipo de trabajo
(hasta un máximo de 7 puntos)

a) Planificación y calendario de trabajo (hasta un máximo de 2 puntos)

La propuesta presenta una metodología estructurada que incluye fases claras, un cronograma tipo Gantt, definición de KPIs, reuniones periódicas y herramientas de coordinación como RACI, lo que facilita el seguimiento y control del proyecto.

La planificación es coherente, ordenada y muestra un buen dominio de la secuenciación de tareas y de los tiempos necesarios para el desarrollo del evento

Por todo lo anterior, se otorga a este subcriterio una **valoración de 2 sobre 2 puntos**.

b) Equipo de trabajo (hasta un máximo de 5 puntos)

El equipo propuesto es amplio y está bien dimensionado, con un organigrama claro, un plan de riesgos, un plan de producción y mecanismos de escalado ante incidencias, lo que demuestra capacidad de coordinación y gestión en situaciones complejas.

Asimismo, se describen funciones por fases, lo que contribuye a garantizar una operativa ordenada.

Sin embargo, al igual que otros licitadores y tal y como se exigía para este criterio, no se adjuntan los CV, y tampoco se detallan los equipos externos o auxiliares que serían necesarios para ejecutar determinadas activaciones técnicas incluidas en la propuesta, lo que limita la capacidad de evaluar la experiencia y suficiencia operativa del equipo en su conjunto.

Por todo lo anterior, se otorga a este subcriterio una **valoración de 3 sobre 5 puntos**.

Por todo ello, en este apartado 4 sobre la “**Metodología y equipo de trabajo**”, INTERPROFIT obtiene una puntuación total de **5 sobre 7 puntos**.

C. CREA EVENTOS E INCENTIVOS BARCELONA, S.L.

CREA EVENTOS E INCENTIVOS BARCELONA, S.L. (en adelante, “CREA EVENTOS”), presenta una propuesta técnica que incluye los contenidos requeridos y permite su evaluación conforme a los criterios de adjudicación subjetivos establecidos en los pliegos. Dicha propuesta alcanza una puntuación total superior al umbral mínimo de 24,5 puntos previsto en el artículo 146.3 de la LCSP y en el PCAP, por lo que continúa en el procedimiento.

1. Propuesta de diseño y organización del espacio **(hasta un máximo de 15 puntos)**

a) Diseño del menú para 350 personas (hasta un máximo de 11 puntos)

La propuesta gastronómica se realiza a partir del catering 21 de marzo, con una marcada identidad de cocina de autor que combina técnica, sostenibilidad y producto local para construir experiencias culinarias que van más allá de lo convencional.

El diseño del menú destaca por su amplitud y capacidad para la cobertura del servicio previsto y aportar una variedad suficiente para cubrir las exigencias de este tipo de formatos. En concreto, el menú se divide en:

- Welcome drink: Copa de cava con naranja y frambuesa.
- Snacks: Aceituna Gordal rellena de vermouthe y zanahorias escabechadas con vinagre Chardonnay.
- Aperitivos fríos: Gildas, pan de coca con sobrasada y miel de caña, brocheta caprese, coca con anchoa de l’Escala y ensaladilla de patata con ventresca de atún.

- Aperitivos calientes: Croqueta melosa de jamón ibérico, bomba cremosa con queso de la Garrotxa, foccacia de verduras con queso de cabra y mollete de mozzarella y creps.
- Estaciones buffet: Ensaimada de pollo a l'ast, la Boquería, arroz y canelón de la abuela.
- Postre

Aunque la propuesta es óptima en su diseño, a diferencia de las demás no se incluye una ficha o explicación de la procedencia de los productos, la relación con la temporada y la proximidad e ingredientes, lo que impide valorar su adecuación a los criterios de calidad, sostenibilidad y territorio.

De igual forma, no se especifica el detalle técnico la integración de opciones para necesidades de alimentación específicas, independientemente de la asunción o no del compromiso de ofrecer una propuesta gastronómica individualizada para asistentes veganos, vegetarianos y con los principales alérgenos valorable en los criterios automáticos del Sobre 3.

Finalmente, se pone de relieve que se ha incluido un planteamiento de bodega y propuesta de bebida específico, diferenciándose en este sentido del resto de propuestas presentadas.

Por todo lo anterior, se otorga a este subcriterio una **valoración de 7 sobre 11 puntos**.

- b) Propuesta de presentación y formato de entrega (hasta un máximo de 2 puntos)

El servicio se plantea mediante pase en bandeja y estaciones tipo *buffet*, una solución funcional que consigue favorecer el flujo de asistentes y coherente con el concepto del evento.

Sin embargo, la propuesta no detalla la disposición exacta de las estaciones, ni se describe el menaje, lo que dificulta evaluar la coherencia visual y operativa de la presentación y formato de entrega. Asimismo, el mobiliario propuesto tiene un carácter congresual, poco creativo y no alineado con la estética y el tono institucional del Mobile Lunch, generando una falta de correspondencia con la ambientación del espacio.

Finalmente hay que destacar que, aunque se presenta un cronograma detallado del servicio, la propuesta carece de distinción de puntos de bebida concretos y específicos.

Por todo lo anterior, se otorga a este subcriterio una **valoración de 0,5 sobre 2 puntos**.

c) Conceptualización y *storytelling* (hasta un máximo de 2 puntos)

La propuesta desarrolla un relato culinario basado en la esencia mediterránea catalana, poniendo en valor el uso de productos locales y aportando coherencia en el ámbito territorial y respondiendo parcialmente al enfoque conceptual esperado.

Sin embargo, el *storytelling* presentado se formula de manera genérica, poco específica y no se traduce en una narrativa gastronómica que consiga conectar de forma memorable con la identidad del Mobile Lunch ni con el posicionamiento de MWCcapital.

En definitiva, la propuesta carece de un hilo conductor creativo que vincule la gastronomía con el concepto global del evento y su narrativa institucional, echando en falta una mayor capacidad conceptual y creativa y la incorporación de elementos experienciales que refuercen esa conexión.

Por todo lo anterior, se otorga a este subcriterio una **valoración de 0,5 sobre 2 puntos**.

Por todo ello, en este apartado 1 sobre la “**Propuesta gastronómica integral**”, CREA EVENTOS obtiene una puntuación total de **8 sobre 15 puntos**.

2. Propuesta de diseño y organización del espacio
(hasta un máximo de 15 puntos)

a) Concepto de diseño y ambientación del espacio (hasta un máximo de 7 puntos)

La propuesta define correctamente cuatro accesos diferenciados (personal, invitados, VIP y prensa) y plantea flujos independientes entre Galería, Taller y Fustería, lo que permite una operativa funcional y ordenada y que consigue responder correctamente a los requisitos básicos del evento.

Sin embargo, la propuesta no incluye *renders* impidiendo visualizar el resultado final, la coherencia estética y el impacto real del diseño. En este sentido, la ambientación carece de elementos diferenciales o recursos creativos que refuercen la identidad visual de MWCcapital o el concepto temático del Mobile Lunch, mostrando un planteamiento funcional pero poco atrevido, creativo y con escasa innovación formal.

En atención a lo anterior, se valora este subcriterio con una **puntuación de 3 sobre 7 puntos**.

b) Propuesta de organización del espacio (hasta un máximo de 8 puntos)

El *layout* del Taller y la Fusteria incorpora todos los elementos requeridos y se acompaña de información técnica detallada, así como *riders* completos, facilitando la comprensión de la estructura funcional del evento. Además, los planos reflejan la distribución general y los accesos, consiguiendo aportar una base operativa sólida.

Sin embargo, la ausencia total de *renders* limita la posibilidad de interpretar la ubicación exacta de los elementos, la coherencia estética, la circulación interna y los textos y detalles incluidos en el diseño. Asimismo, en un ejercicio de ampliación de los planos no se consigue obtener una visión clara del resultado final del espacio, lo que reduce la capacidad de poder valorar el impacto visual y la adecuación global del montaje.

Por todo lo anterior, se otorga a este subcriterio una **valoración de 4,5 sobre 8 puntos**.

Por todo ello, en este apartado 2 sobre “**Propuesta de diseño y organización del espacio**” CREA EVENTOS obtiene una puntuación total de **7,5 sobre 15 puntos**.

3. Propuesta de activaciones
(hasta un máximo de 12 puntos)

a) Activación Day One (hasta un máximo de 4 puntos)

La activación planteada en la Fusteria, “La Señal”, incorpora la participación de actores e intenta generar implicación directa del público, considerándose diferencial respecto a otras propuestas.

Sin embargo, la idea presenta limitaciones de ejecución por la necesidad compleja de coordinación compleja, no se detallan los mecanismos de activación ni los ritmos de interacción, y no queda claro cómo se garantizaría que todos los asistentes vivan la experiencia sin afectar al flujo general del evento. Esta falta de concreción genera dudas sobre su impacto real y viabilidad durante el acto.

Por todo lo anterior, se otorga a este subcriterio una **valoración de 1,5 sobre 4 puntos**.

b) Propuesta musical (hasta un máximo de 4 puntos)

La propuesta incluye una única opción musical que, si bien asegura coherencia ambiental y acompaña adecuadamente el tono institucional del evento, no introduce elementos innovadores ni alternativas que aporten valor diferencial

Por todo lo anterior, se otorga a este subcriterio una **valoración de 2 sobre 4 puntos**.

c) Postre “Wow” (hasta un máximo de 4 puntos)

El mural comestible propuesto como momento final del evento cumple con la función visual esperada y aporta un componente creativo destacado, reforzado por la participación de un chef local de reconocido prestigio.

No obstante, persisten dudas sobre su ubicación, estética final, accesibilidad y dinámica de servicio, ya que la propuesta no detalla cómo se gestionará el consumo ni el flujo de asistentes en torno a la pieza.

Por todo lo anterior, se otorga a este subcriterio una **valoración de 3 sobre 4 puntos**.

Por todo ello, en este apartado 3 sobre la “**Propuesta de activaciones**”, CREA EVENTOS obtiene una puntuación total de **6,5 sobre 12 puntos**.

4. Metodología y equipo de trabajo
(hasta un máximo de 7 puntos)

a) Planificación y calendario de trabajo (hasta un máximo de 2 puntos)

La planificación presenta un cronograma semanal de enero a marzo, estructurado en cinco fases claramente identificadas. Así, la propuesta es coherente y ordenada, permitiendo seguir la evolución del trabajo y recogiendo los principales momentos operativos del evento (preparación técnica, coordinación de proveedores y producción final).

Se echa en falta un mayor detalle de las herramientas de gestión utilizadas, como por ejemplo una plataforma colaborativa, control de versiones, seguimiento de incidencias o matrices de responsables, entre otros, lo que facilitaría una verificación más precisa del seguimiento y control del proyecto.

Por todo lo anterior, se otorga a este subcriterio una **valoración de 1,5 sobre 2 puntos**.

b) Equipo de trabajo (hasta un máximo de 5 puntos)

El equipo de CREA EVENTOS incluye un equipo de trabajo con un organigrama claro y una distribución de roles y tareas por fases que demuestra una coordinación sólida y una estructura operativa coherente con las necesidades del evento.

Sin embargo, al igual que otros licitadores y tal y como se exigía para este criterio, no se adjuntan los CV, lo que limita la capacidad de evaluar la experiencia y suficiencia operativa del equipo en su conjunto.

Por todo lo anterior, se otorga a este subcriterio una **valoración de 4 sobre 5 puntos**.

Por todo ello, en este apartado 4 sobre la “**Metodología y equipo de trabajo**”, CREA EVENTOS obtiene una puntuación total de **5,5 sobre 7 puntos**.

D. BAKERY EXPERIENCES, S.L.U

BAKERY EXPERIENCES, S.L.U. (BAKERY) presenta una propuesta técnica que incluye los contenidos requeridos y permite su evaluación conforme a los criterios de adjudicación subjetivos establecidos en los pliegos. Dicha propuesta alcanza una puntuación total superior al umbral mínimo de 24,5 puntos previsto en el artículo 146.3 de la LCSP y en el PCAP, por lo que continúa en el procedimiento.

1. Propuesta de diseño y organización del espacio **(hasta un máximo de 15 puntos)**

a) Diseño del menú para 350 personas (hasta un máximo de 11 puntos)

El concepto “Comerse el barrio” plantea un recorrido gastronómico por la Barceloneta mediante la reinterpretación de platos icónicos del barrio, como la bomba, arroces, tapas y conservas, complementados con cóctel, snacks, aperitivos y buffets mediterráneos, resultando muy atractiva y aportando un enfoque identitario claro.

Sin embargo, a diferencia de otras propuestas se no se incluye una gastronomía de autor reconocible ni chefs emergentes o reconocidos que aporten valor a la experiencia gastronómica.

Además, la propuesta no detalla una ficha o descripción de ingredientes de proximidad y temporada ni presenta información sobre la bodega y el acompañamiento líquido, limitando así la trazabilidad de los criterios de calidad, sostenibilidad y adecuación alimentaria exigidos.

El diseño del menú destaca por su amplitud, por su intención de recoger los platos y tapas icónicas de los locales que han escrito la historia de La Barceloneta y por su carácter identitario, aspectos todos ellos que se valoran de forma muy positiva. En concreto, el menú se divide en (se realiza transcripción literal en catalán del menú integrado en la oferta):

- Còctel de benvinguda: Cava fresc, llimona i vermut blanc amb un subtil toc d'aigua de mar i salicornia.
- Snacks: Nus de gamba i alga cruixent, crisp d'arròs negre amb tartar de gamba roja i baló de tomàquet de platja i oliva arbequina.
- Aperitius: Navajita a la brasa amb vinagreta cítrica, caneló fred de vieira i ametlla tendrà, tosta cruixent de sardina fumada i mantega d'algues, berberetxos i escuma de mar i llimona cremada, bomba de patata amb alioli de safrà, croqueta de botifarra i ceba confitada, bikini de sobrasada i mel de romaní, cullera de pop, tàrtar de peix blancs amb cítrics, xurro salta de patata amb crema de musclos en escabetx i ensaladilla.
- Buffets: Arròs, tapes de taberna i mini ravioli de mar amb la seva sopa de peix.

Finalmente, se pone de relieve la falta de especificación en el menú de la integración de opciones para necesidades de alimentación específicas, independientemente de la asunción o no del compromiso de ofrecer una propuesta gastronómica individualizada para asistentes veganos, vegetarianos y con los principales alérgenos valorable en los criterios automáticos del Sobre 3.

Por todo lo anterior, se otorga a este subcriterio una **valoración de 7 sobre 11 puntos**.

- b) Propuesta de presentación y formato de entrega (hasta un máximo de 2 puntos)

La puesta en escena es colectiva y modular, organizada en retículas que evocan una red y utilizan bases metálicas y superficies neutras coherentes con el entorno industrial del Port, aportando solidez conceptual y de gran carácter creativo.

Sin embargo, se echa en falta el detalle del menaje y la presentación individual de cada plato, lo que impide evaluar la coherencia estética y funcional del servicio.

Por todo lo anterior, se otorga a este subcriterio una **valoración de 1,5 sobre 2 puntos**.

- c) Conceptualización y *storytelling* (hasta un máximo de 2 puntos)

La narrativa "Carta d'amor a la Barceloneta" se apoya en elementos propios del barrio, tales como redes, madera o acabados metalizados, que conectan la propuesta gastronómica con su contexto territorial y visual, destacando su carácter creativo.

Sin embargo, esta narrativa no se vincula de forma clara con el posicionamiento institucional de MWCcapital ni con la temática del Mobile Lunch, lo que reduce su coherencia estratégica dentro del evento.

Por todo lo anterior, se otorga a este subcriterio una **valoración de 1 sobre 2 puntos**.

Por todo ello, en este apartado 1 sobre la “**Propuesta gastronómica integral**”, BAKERY obtiene una puntuación total de **9,5 sobre 15 puntos**.

2. Propuesta de diseño y organización del espacio
(hasta un máximo de 15 puntos)

a) Concepto de diseño y ambientación del espacio (hasta un máximo de 7 puntos)

La propuesta presenta una secuencia espacial bien definida, estructurando la bienvenida y la proyección en el Taller con platea y zona de prensa, y estableciendo una transición fluida hacia la Fusteria para el *lunch* y las activaciones previstas.

Asimismo, la distribución de barras y estaciones en el espacio central es funcional y permite una operativa adecuada para un evento de alta afluencia.

Los elementos de ambientación, incluida la red verde de pescadores, el mobiliario blanco y neutro y los acabados inspirados en el entorno portuario, refuerzan de forma coherente el concepto creativo de la propuesta.

No obstante, el diseño carece de una integración tecnológica más evidente, lo que limita su capacidad de generar un impacto innovador y alineado con la dimensión tecnológica que caracteriza el evento y su formato.

En atención a lo anterior, se valora este subcriterio con una **puntuación de 5 sobre 7 puntos**.

b) Propuesta de organización del espacio (hasta un máximo de 8 puntos)

La propuesta incorpora la instalación suspendida de la red verde de pescadores, que genera un paisaje aéreo atractivo y aporta diferenciación visual al espacio. Además, el mobiliario blanco y neutro acompaña adecuadamente esta ambientación y mantiene coherencia estética en el conjunto. Todos estos aspectos se valoran positivamente por el entendimiento mostrado entre diseño y organización.

Sin embargo, la ausencia de *renders* del Taller dificulta la visualización completa del resultado final y limita la capacidad de evaluar la interacción real entre elementos como platea, proyección, circulación interna o posicionamiento de barras. Asimismo, aunque los planos aportados permiten entender la distribución general, la falta de representación visual reduce la claridad y profundidad de la propuesta.

Por la motivación anterior, se otorga a este criterio una **valoración de 6 sobre 8 puntos**.

Por todo ello, en este apartado 2 sobre “**Propuesta de diseño y organización del espacio**” BAKERY obtiene una puntuación total de **11 sobre 15 puntos**.

3. Propuesta de activaciones
(hasta un máximo de 12 puntos)

a) Activación Day One (hasta un máximo de 4 puntos)

La activación basada en una caja con espejo infinito destaca por su atractivo visual y su capacidad para generar un recuerdo tangible y memorable para los asistentes. Se trata así de una propuesta creativa y alineada con la intención de aportar un elemento experiencial diferenciador dentro del recorrido del evento.

Su ejecución es técnicamente viable y aporta valor añadido a la propuesta en su conjunto, aunque se echa en falta un mayor desarrollo de la interacción o narrativa adicional más allá del impacto visual.

Por todo lo anterior, se otorga a este subcriterio una **valoración de 3 sobre 4 puntos**.

b) Propuesta musical (hasta un máximo de 4 puntos)

La inclusión de una banda en directo contribuye a dotar al evento de personalidad y dinamismo, reforzando la ambientación general y ofreciendo una experiencia más cuidada que una solución puramente funcional.

Como aspecto de mejor, la propuesta habría ganado competitividad con la aportación de más opciones o un enfoque musical más innovador, tal y como han realizado otras propuestas.

Por todo lo anterior, se otorga a este subcriterio una **valoración de 3 sobre 4 puntos**.

c) Postre “Wow” (hasta un máximo de 4 puntos)

El postre en formato de “postal” impresa en 3D aporta un gesto creativo y un guiño directo al barrio de la Barceloneta, cumpliendo con su función visual y de cierre. Sin embargo, la propuesta no desarrolla la dinámica completa de ejecución, ni especifica cómo se realizará el reparto, qué flujos de asistentes se prevén durante este momento ni los *timings* asociados a la activación.

Esta falta de definición impide valorar la viabilidad operativa del servicio, especialmente en un espacio con alta densidad de público, donde la coordinación y el ritmo de pase son determinantes para garantizar una buena experiencia.

Además, la conexión entre la postal del barrio y la narrativa de MWCcapital no queda claramente articulada, lo que reduce la coherencia estratégica del momento final. Por todo lo anterior, se otorga a este criterio una **valoración de 2 sobre 4 puntos**.

Por todo ello, en este apartado 3 sobre la “**Propuesta de activaciones**”, BAKERY obtiene una puntuación total de **8 sobre 12 puntos**.

4. Metodología y equipo de trabajo (hasta un máximo de 7 puntos)

c) Planificación y calendario de trabajo (hasta un máximo de 2 puntos)

La propuesta incorpora distintas fases de planificación, pero se presentan de manera poco precisa y con un nivel de detalle limitado.

Los *timings* no resultan del todo realistas para la magnitud del evento y no se aporta un cronograma claro que permita seguir la evolución del proyecto o verificar la coherencia temporal entre tareas.

Además, tampoco se especifican herramientas de gestión, mecanismos de control ni entregables asociados a cada fase, lo que dificulta valorar la capacidad de seguimiento y supervisión.

Por todo lo anterior, se otorga a este subcriterio una **valoración de 1 sobre 2 puntos**.

d) Equipo de trabajo (hasta un máximo de 5 puntos)

El equipo presentado cuenta con perfiles adecuados a las funciones asignadas destacando por el dimensionamiento y su equilibrio.

No obstante, la propuesta no detalla las tareas específicas de cada perfil y no aporta un organigrama que permita visualizar la estructura interna del equipo o los flujos de coordinación, limitando la posibilidad de evaluar la capacidad operativa real, especialmente en lo referente a las necesidades técnicas y logísticas del evento.

Finalmente, al igual que otros licitadores y tal y como se exigía para este criterio, no se adjuntan los CV, lo que limita la capacidad de evaluar la experiencia y suficiencia operativa del equipo en su conjunto.

Por todo lo anterior, se otorga a este criterio una **valoración de 3 sobre 5 puntos**.

Por todo ello, en este apartado 4 sobre la “**Metodología y equipo de trabajo**”, BAKERY obtiene una puntuación total de **4 sobre 7 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 21 de enero de 2026



Anna Farrero
Vocal técnico



Arantxa Herrero
Vocal técnico

ANEXO I. RESUMEN DE VALORACIÓN:

	ODD SPACES, S.L.	R.P UNO, S.L. / INTERPROFIT	CREA EVENTOS E INCENTIVOS BARCELONA, S.L.	BAKERY EXPERIENCES, S.L.U.
Propuesta gastronómica integral (hasta un máximo de 15 puntos)	14	10	8	9,5
Propuesta de diseño y organización del espacio (hasta un máximo de 15 puntos)	14	9,5	7,5	11
Propuesta de activaciones (hasta un máximo de 12 puntos)	10	5,5	6,5	8
Metodología y equipo de trabajo (hasta un máximo de 7 puntos)	4,5	5	5,5	4
TOTAL	42,5	30	27,5	32,5