

INFORME JUSTIFICATIVO DE LA NECESIDAD E IDONEIDAD DE CONTRATAR LA PRESTACIÓN DE UN SERVICIO DE IDENTIDAD VISUAL Y COMUNICACIÓN DEL EVENTO “CONGRESO INTERNACIONAL POR LOS DERECHOS DIGITALES” DE FUNDACIÓ BARCELONA MOBILE WORLD CAPITAL FOUNDATION

Exp. A/F202604/S

De acuerdo con lo dispuesto en el artículo 28 de la Ley 9/2017, de 9 de noviembre, de Contratos del Sector Público (“**LCSP**”), se emite el presente informe justificativo del expediente.

El contenido del presente informe deberá, no obstante, interpretarse de forma coordinada con el resto de la documentación del expediente, y, en particular, con el Pliego de Prescripciones Técnicas (el “**PPT**”) y el Pliego de Cláusulas Administrativas Particulares (el “**PCAP**”), prevaleciendo en caso de discrepancia lo dispuesto en este documento respecto de la justificación de la necesidad del contrato.

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

1.1. Introducción

Fundació Barcelona Mobile World Capital Foundation (en adelante, “**MWCapital**” o la “**Fundación**”, indistintamente) es una organización público-privada activadora del potencial estratégico que supone la innovación tecnológica y digital para la sociedad. Su visión es la puesta en valor de las oportunidades actuales y de futuro derivadas de la transformación y la evolución del entorno económico, científico, educativo y social, fomentando la generación de conocimiento y el desarrollo de soluciones e iniciativas para hacer frente a los retos que afronta la ciudadanía interconectada y global. Su misión es impulsar la transformación móvil y digital de la sociedad con el objetivo de mejorar la vida de las personas a nivel global.

Fundada en Barcelona en 2012, MWCapital es una iniciativa conjunta impulsada por el Ministerio de Economía y Empresa a través de Red.es, la Generalitat de Catalunya, el Ayuntamiento de Barcelona, Fira de Barcelona y GSMA Ltd., y cuenta también con el apoyo de las operadoras Telefónica, Vodafone, Orange, así como Grupo Damm y CaixaBank, como miembros de su Patronato.

MWCapital actúa en base a una cultura corporativa basada en la *Intelligence*; conecta a agentes especialistas implicados en sus respectivas áreas actividad, convirtiéndose en un activo neutral de estructura y operativa ágil, abierta y de experiencia contrastada en la realización de proyectos y de resultados concretos destinados a generar impacto económico y social a nivel global.

Su actividad transversal da acceso al conocimiento y a los recursos mediante la interconexión cualificada y competente entre los distintos agentes que conforman el conjunto de la cadena de valor del ecosistema tecnológico y digital, fomentando su desarrollo mediante la atención a las necesidades específicas y anticipándose al interés y al beneficio integral de sus aportaciones.

Su misión principal es la de habilitar, acompañar, pilotar y garantizar la transformación móvil y digital aplicada en ámbitos sectoriales concretos y con impacto en la mejora de la calidad de vida de las personas: como pueden ser la medicina y la salud, la educación, las industrias del tejido productivo, como la movilidad, o el futuro de la urbanidad y el impacto de la digitalización, entre otros.

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

1.2. Congreso internacional por los derechos digitales.

1.2.1. Introducción

El Congreso Internacional por los Derechos Digitales es un encuentro de ámbito internacional que se celebrará los días 13 y 14 de mayo de 2026 en la Llotja de Mar de Barcelona, y que tiene como objetivo generar un espacio de reflexión, debate y divulgación en torno a los derechos digitales en el contexto de la transformación digital.

El Congreso reunirá a representantes institucionales, expertos nacionales e internacionales, profesionales, académicos, entidades sociales y ciudadanía para abordar, desde una perspectiva plural y aplicada, los principales retos que plantea la digitalización en ámbitos como la privacidad, la identidad digital, la inteligencia artificial, la libertad de expresión, la protección de menores, la igualdad y la inclusión digital.

El evento combinará distintos formatos (ponencias, mesas redondas, diálogos y contenidos divulgativos) y se desarrollará principalmente en el Salón de Contrataciones, el claustro y otros espacios interiores de la Llotja de Mar, integrando también una dimensión de comunicación y visibilidad orientada a acercar el debate sobre los derechos digitales a la ciudadanía.

El Congreso se enmarca en las políticas públicas impulsadas por el Gobierno de España (Ministerio de Transformación Digital y Función Pública) en materia de derechos digitales, concretamente en el marco del Observatorio de Derechos Digitales, y se concibe como un espacio de referencia para la generación de conocimiento, la sensibilización social y el intercambio de experiencias en torno a una transformación digital justa, responsable y centrada en las personas.

MWCapital participa activamente en dicho Observatorio, contribuyendo al cumplimiento de sus objetivos estratégicos, en particular el Objetivo 8, relativo a la organización de actividades de difusión, concienciación y proyección pública de los derechos digitales.

La estrategia de comunicación deberá:

- Garantizar la correcta comprensión del evento, sus objetivos y contenidos.
- Asegurar la coherencia del relato institucional.
- Alcanzar a públicos diversos (institucionales, profesionales, académicos y ciudadanía).
- Generar conversación pública antes, durante y después del evento.
- Contribuir al posicionamiento del Congreso como evento de referencia en el sur de Europa sobre derechos digitales, democracia y tecnología.

1.2.2. Contexto – Carta Española de Derechos Digitales

La Carta Española de Derechos Digitales, presentada en julio de 2021, constituye un marco de referencia impulsado por el Gobierno de España con el objetivo de adaptar los derechos y libertades fundamentales al entorno digital. La Carta parte del principio de que los derechos ya reconocidos en el ámbito físico deben mantenerse, reforzarse y concretarse en un contexto marcado por la digitalización de la economía, los servicios públicos y la vida cotidiana.

Aunque no tiene carácter normativo, la Carta posee un valor estratégico y orientador para el diseño de políticas públicas, iniciativas institucionales y marcos de actuación relacionados con la digitalización. En ella se abordan cuestiones como la privacidad y la protección de datos personales, la identidad digital, la libertad de expresión y

participación en entornos digitales, la igualdad y la no discriminación algorítmica, el acceso universal a Internet, los derechos en el ámbito laboral digital y la protección de menores.

La Carta se alinea con los principios europeos en materia de derechos fundamentales y gobernanza digital, y establece una base común para promover una transformación digital centrada en las personas y en la garantía efectiva de sus derechos.

1.2.3. Observatorio de Derechos Digitales

El Observatorio de Derechos Digitales se crea como un instrumento destinado a desarrollar, analizar y dar seguimiento a los principios recogidos en la Carta Española de Derechos Digitales. Su finalidad es contribuir a que los derechos digitales no se queden en un plano declarativo, sino que cuenten con mecanismos de observación, análisis y evaluación continuada.

El Observatorio actúa como una plataforma de generación de conocimiento sobre el impacto social de la digitalización y de las tecnologías emergentes, abordando cuestiones como las brechas digitales, los riesgos de exclusión, la desigualdad en el acceso y uso de la tecnología, o los efectos de los sistemas automatizados en los derechos fundamentales. Asimismo, impulsa estudios, recomendaciones y buenas prácticas orientadas a una transformación digital justa, responsable e inclusiva.

Su funcionamiento se basa en la colaboración entre administraciones públicas, entidades del tercer sector, universidades, centros de investigación y organizaciones especializadas en derechos digitales, con el objetivo de aportar una visión plural y rigurosa sobre los retos actuales y futuros del entorno digital.

Más información en: <https://www.derechosdigitales.gob.es/>

1.3. Idoneidad del contrato

En atención a la necesidad de garantizar una adecuada planificación, coordinación y ejecución de las actuaciones vinculadas a la identidad visual, comunicación y difusión del Congreso Internacional por los Derechos Digitales, resulta necesario proceder a la contratación externa de un servicio especializado que permita asegurar la coherencia estratégica, técnica y narrativa del proyecto en todas sus fases (previa, durante y posterior al evento).

El objeto del contrato se adecua de manera directa y proporcionada a las necesidades identificadas, consistentes en el desarrollo de la identidad visual del Congreso, la ejecución de la campaña de visibilidad y la gestión integral de la comunicación y captación de públicos, de conformidad con lo previsto en el PPT.

En la medida en que las prestaciones descritas tienen naturaleza propia de un contrato de servicios, conforme a lo dispuesto en el artículo 17 de la LCSP, y atendiendo a la condición de la Fundación como poder adjudicador no Administración Pública, la adjudicación del presente contrato debe realizarse mediante el correspondiente procedimiento de licitación pública, con sujeción a los principios de publicidad, concurrencia, transparencia, igualdad de trato y no discriminación establecidos en la citada norma.

1.4. Imposibilidad de ejecución con medios propios

De conformidad con lo dispuesto en el artículo 28.2 de la LCSP, se deja constancia expresa de que MWCcapital no dispone de medios personales y materiales suficientes ni especializados para la ejecución directa de las prestaciones que constituyen el objeto del contrato.

En particular, la Fundación no cuenta en su estructura organizativa con perfiles técnicos especializados en desarrollo integral de identidad visual de eventos de ámbito internacional, diseño y ejecución de campañas creativas de alto impacto, producción audiovisual estratégica, planificación y gestión avanzada de comunicación digital multicanal y captación segmentada de públicos, ni con los recursos técnicos y herramientas específicas necesarias para la correcta prestación de dichos servicios.

Asimismo, la eventual ampliación estructural de medios personales y materiales propios para atender una necesidad de carácter puntual, vinculada a la celebración de un evento concreto y de duración limitada, no resultaría eficiente ni acorde con los principios de buena gestión financiera y racionalidad en el uso de los recursos públicos.

Por todo ello, se considera justificada la necesidad de acudir a la contratación externa especializada para garantizar la adecuada ejecución del proyecto en condiciones de calidad técnica, eficiencia y cumplimiento de los objetivos institucionales.

2. OBJETO Y NATURALEZA DEL CONTRATO

De conformidad con las necesidades expuestas en los apartados anteriores, el objeto del presente contrato consiste en la prestación de un servicio integral de identidad visual, comunicación y difusión del Congreso Internacional por los Derechos Digitales, que se celebrará los días 13 y 14 de mayo de 2026 en la Llotja de Mar de Barcelona.

El servicio comprenderá el desarrollo y aplicación del sistema de identidad visual del Congreso, la conceptualización y ejecución de la campaña creativa de visibilidad, la planificación y gestión de la estrategia de comunicación multicanal, la producción de contenidos gráficos, editoriales y audiovisuales, así como las actuaciones vinculadas a la captación de públicos, mantenimiento web, gestión del sistema de registro y atención a usuarios, todo ello en los términos previstos en el PPT.

El Congreso se configura como un espacio de encuentro, debate y divulgación en torno a los derechos digitales, dirigido tanto a públicos institucionales, profesionales y académicos como a la ciudadanía en general, y se enmarca en las políticas públicas orientadas a promover una transformación digital justa, responsable y centrada en las personas.

La naturaleza jurídica del contrato es la de contrato de servicios, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 17 de LCSP, al tener por objeto prestaciones de carácter intelectual y técnico consistentes en actividades de comunicación, diseño, producción y gestión especializada.

En atención a la condición de la Fundación como poder adjudicador que no tiene la consideración de Administración Pública, el contrato se tramitará conforme al régimen previsto en la LCSP para este tipo de entidades, en los términos que se desarrollan en el apartado correspondiente al procedimiento de adjudicación.

A efectos de clasificación, el objeto del contrato se identifica con el código CPV 79340000-9, “Servicios de publicidad y marketing”, de la nomenclatura del Vocabulario Común de Contratos Públicos (CPV) de la Comisión Europea, al constituir la prestación predominante el desarrollo de la estrategia de comunicación, campaña creativa y captación de públicos del Congreso.

Asimismo, de forma accesoria, resultan aplicables los siguientes códigos CPV:

- 79952000-2, “Servicios de eventos”.
- 79822500-7, “Servicios de diseño gráfico”.

Esta clasificación responde a la naturaleza integral y multidisciplinar del contrato.

3. DIVISIÓN EN LOTES

De conformidad con lo dispuesto en el artículo 99.3 de la LCSP, se ha analizado la posibilidad de dividir el contrato en lotes independientes.

No obstante, se concluye que la división en lotes no resulta procedente, al constituir las distintas prestaciones previstas (identidad visual, campaña creativa, producción de contenidos, estrategia de comunicación, captación de públicos y gestión de entornos digitales) un conjunto funcional único, estrechamente interrelacionado desde el punto de vista técnico, estratégico y organizativo. No se aprecia que la división en lotes favorezca la concurrencia sin comprometer la correcta ejecución del contrato

La ejecución fragmentada de estas prestaciones por operadores distintos podría comprometer la coherencia conceptual y visual del proyecto, dificultar la adecuada coordinación operativa, generar disfunciones en la planificación y ejecución de las acciones y afectar negativamente a la consecución de los objetivos institucionales del Congreso.

Asimismo, la contratación separada de dichas prestaciones supondría una mayor complejidad en la gestión contractual y un potencial incremento de costes indirectos y de coordinación, en detrimento de los principios de eficiencia y buena administración de los recursos públicos.

En consecuencia, la no división en lotes se encuentra debidamente motivada por razones técnicas y organizativas, al quedar afectada la correcta ejecución del contrato si las prestaciones no se realizan de forma integrada y coordinada, conforme a lo previsto en el artículo 99.3.b) de la LCSP.

4. PRESUPUESTO BASE DE LICITACIÓN Y VALOR ESTIMADO DEL CONTRATO

El sistema de determinación del precio será a tanto alzado para el conjunto de las prestaciones objeto del contrato, conforme a las condiciones técnicas definidas en el PPT.

Para su cálculo se han tomado como referencia:

- La experiencia previa de MWCcapital en contratos de naturaleza similar vinculados a servicios de comunicación institucional, identidad visual y producción de contenidos para eventos de carácter público.
- Los precios medios de mercado observados en contratos comparables consultados en la Plataforma de Contratación del Sector Público.
- Las referencias económicas de licitaciones análogas promovidas por entidades públicas en el ámbito de la organización y comunicación de eventos institucionales.

Todo ello garantiza que el presupuesto responde a criterios de eficiencia, racionalidad económica y adecuación a mercado, en cumplimiento de los principios de buena gestión financiera exigidos por la LCSP.

4.1. Presupuesto base de licitación (PBL)

El presupuesto base de licitación del contrato es de **CIENTO DIECIOCHO MIL QUINIENTOS OCHENTA EUROS (118.580,00.-€)**.

Este importe se desglosa de la siguiente forma:

- Importe sin IVA: NOVENTA Y OCHO MIL EUROS (98.000,00.-€)
- IVA (21%): VEINTE MIL QUINIENTOS OCHENTA EUROS (20.580,00.-€)

El precio del contrato será el que resulte de la adjudicación y deberá incluir expresamente el IVA como partida diferenciada.

Dicho precio tendrá carácter cerrado y se entenderán incluidos en el mismo todos los costes necesarios para la ejecución íntegra del contrato, sin que proceda facturación adicional por conceptos no previstos en los pliegos.

A título enunciativo, el precio ofertado deberá cubrir tributos, tasas, cánones, costes directos e indirectos, gastos generales, desplazamientos, dietas, seguros, herramientas técnicas, producción de contenidos, personal especializado y cualquier otro gasto asociado al cumplimiento de las obligaciones contractuales durante toda su vigencia.

El PBL tiene carácter máximo y limitativo, de modo que cualquier oferta que lo supere será automáticamente excluida del procedimiento.

Este importe corresponde a la totalidad de las prestaciones definidas en el PPT y constituye el límite máximo de gasto asumido por MWCcapital en el marco del presente contrato.

4.2. Justificación económica conforme al artículo 100.2 de la LCSP

El presupuesto base de licitación ha sido determinado conforme a lo dispuesto en el artículo 100.2 de la LCSP, a partir de una estimación detallada, realista y suficiente de los costes necesarios para la correcta ejecución del contrato.

Para su cálculo se han considerado:

- Los precios actuales de mercado aplicables a servicios de identidad visual, comunicación estratégica, producción audiovisual y gestión digital multicanal.
- La experiencia acumulada por MWCcapital en contratos de características similares.
- Los recursos humanos especializados y medios técnicos necesarios para garantizar una prestación adecuada a los estándares de calidad exigidos por la Fundación.

La estimación económica incorpora de forma integrada los costes directos, indirectos, gastos generales y el beneficio industrial, asegurando que el presupuesto es proporcional al alcance técnico definido en el PPT y suficiente para cubrir todas las obligaciones derivadas del contrato durante su ejecución.

4.3. Reparto del coste y estructura económica estimada

De conformidad con el artículo 100.2 de la LCSP, el PBL se ha determinado a partir de una estimación económica completa que integra todos los costes necesarios para la correcta ejecución del servicio.

El desglose estimado es el siguiente:

Costes directos	68.600,00.-€
Costes indirectos	10.780,00.-€
Gastos generales	12.740,00.-€
Beneficio industrial	5.880,00.-€
Total PBL	98.000,00.-€
IVA 21%	20.580,00.-€

PBL con IVA	118.580,00.-€
--------------------	----------------------

La estructura porcentual estimada es la siguiente:

- **Costes directos (70%):** Comprenden los recursos directamente aplicados a la ejecución del contrato, principalmente personal especializado en comunicación, diseño, producción audiovisual y gestión digital, así como herramientas técnicas y costes operativos estrictamente vinculados a la prestación.
- **Costes indirectos (11%):** Incluyen gastos de estructura, apoyo técnico y administrativo, software especializado, amortizaciones técnicas y otros costes necesarios para la correcta organización y supervisión del servicio.
- **Gastos generales (13%):** Engloban los costes inherentes a la actividad empresarial del contratista, tales como alquiler y amortización de instalaciones, equipamiento informático, seguros, tributos y gastos financieros.
- **Beneficio industrial (6%):** Margen razonable y habitual en contratos de servicios de estas características, que compensa el riesgo empresarial asumido por el contratista sin generar un incremento desproporcionado del presupuesto.

Asimismo, y a efectos meramente orientativos y de transparencia para los licitadores, el PBL se distribuye por las siguientes partidas técnicas vinculadas al objeto contractual (importes sin IVA):

Concepto	Importe total (*)
Gestión de proyecto y coordinación de comunicación	20.000
Desarrollo de identidad visual congreso y adaptación de branding	15.000
Producción audiovisual para el Congreso	20.000
Plan de captación de públicos y campaña de difusión	20.000
Gestión de redes sociales, branded content y piezas editoriales (pre, durante y post)	18.000
Mantenimiento web, sistema registro y <i>customer care</i>	5.000
TOTAL	98.000

(*) Los importes son en euros e IVA excluido.

Esta distribución por partidas no constituye desagregación contractual vinculante. Sin embargo, téngase en cuenta que, de la partida relativa al “Plan de captación de públicos y campaña de difusión”, podrá destinarse, en su caso, a inversión en medios digitales (paid media), siempre dentro del precio global a tanto alzado del contrato y sin que ello suponga retribución adicional o variable para el contratista.

4.4. Valor estimado del contrato (VEC)

El valor estimado del contrato asciende a **NOVENTA Y OCHO MIL EUROS (98.000,00.-€)**.

El cálculo del VEC se ha realizado teniendo en cuenta que:

- No se prevén prórrogas contractuales.
- No se contempla modificación prevista al amparo del artículo 204 de la LCSP.
- No existen opciones, revisiones de precio ni retribuciones variables.
- La contraprestación económica es fija y determinada por la oferta adjudicataria.

En consecuencia, el valor estimado coincide con el presupuesto base de licitación sin IVA, al no concurrir circunstancias que determinen su ampliación conforme al artículo 101 de la LCSP.

5. DURACIÓN

La ejecución del contrato se iniciará el día siguiente al de su formalización y se extenderá hasta la entrega y validación por parte de MWCcapital del informe final de cierre y valoración previsto en el PPT.

El Congreso Internacional por los Derechos Digitales se celebrará los días 13 y 14 de mayo de 2026 en la Llotja de Mar de Barcelona, integrándose dentro del período de ejecución contractual tanto las actuaciones preparatorias previas al evento como las actuaciones de comunicación, producción y seguimiento posteriores necesarias para su correcta finalización.

El informe final de cierre y valoración deberá presentarse en un plazo máximo de treinta (30) días naturales contados desde la finalización del Congreso, sin perjuicio de los plazos inferiores que, en su caso, se hubieran comprometido como mejora en la oferta adjudicataria.

La duración prevista se considera adecuada y proporcionada a la naturaleza, alcance y características del contrato, no previéndose la posibilidad de prórroga, al tratarse de una prestación vinculada a un evento concreto, con calendario determinado y objeto cerrado.

6. CRITERIOS DE SOLVENCIA

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

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

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

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

6.1. Solvencia económica y financiera

El criterio relativo a la solvencia económica y financiera permite verificar que el operador económico que resulte adjudicatario cuenta con una capacidad económica suficiente y adecuada para asumir, con garantías de éxito, la correcta ejecución del contrato.

A tal efecto, y conforme a lo establecido en el artículo 87.1.a) de la LCSP, se exige que el **volumen anual de negocios** del licitador, referido al mejor de los últimos tres (3) ejercicios disponibles, sea igual o superior a una vez y media el VEC, con independencia de la fecha de constitución o inicio de actividad del licitador.

En consecuencia, el volumen anual de negocios mínimo exigido es de 147.000,00.-€.

Esta exigencia responde a la necesidad de garantizar la capacidad económico-financiera del contratista, dada la complejidad técnica, el alcance organizativo y el nivel de exposición institucional del contrato.

Medio de acreditación:

- Empresas inscritas en el Registro Mercantil u otro registro oficial: mediante la aportación de las cuentas anuales aprobadas y depositadas correspondientes a los tres últimos ejercicios cerrados, ya sea en el Registro Mercantil o en el registro oficial en el que estén obligadas a inscribirse.
- Empresas no obligadas a la presentación de cuentas en registros oficiales: deberán aportar una declaración responsable al respecto, junto con las cuentas legalizadas o, en su defecto, firmadas por el representante legal.
- Empresarios individuales no inscritos en el Registro Mercantil: mediante la aportación de los libros de inventarios y cuentas anuales legalizados por el Registro Mercantil, o bien mediante las declaraciones del Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas (IRPF) correspondientes a los ejercicios en cuestión.

Alternativamente, se podrá acreditar el volumen de negocios mediante la presentación de un certificado expedido por la Agencia Estatal de Administración Tributaria (AEAT) relativo al importe neto de la cifra de negocios a efectos de la gestión del Impuesto sobre Actividades Económicas (IAE), correspondiente a los ejercicios requeridos.

En caso de discrepancia entre los datos del certificado fiscal y las cuentas anuales u otra documentación presentada, MWCcapital podrá requerir aclaraciones o documentación adicional que permita verificar la consistencia de la cifra de negocio declarada.

Cuando el licitador pertenezca a un grupo empresarial, podrá acreditar el volumen de negocios de forma consolidada, conforme a lo previsto en el artículo 87.3 de la LCSP.

6.2. Solvencia técnica o profesional

La solvencia técnica o profesional de los licitadores se apreciará atendiendo a sus conocimientos técnicos, eficacia, experiencia y fiabilidad en la materia objeto del contrato, en relación directa con las prestaciones de identidad visual, comunicación estratégica, producción de contenidos y gestión digital vinculadas a eventos de carácter institucional.

Los licitadores deberán ser empresas o entidades que se dediquen profesionalmente y de manera organizada a la prestación de servicios de comunicación, diseño gráfico, producción audiovisual y gestión de contenidos digitales para proyectos de naturaleza institucional, cultural o tecnológica.

De conformidad con lo dispuesto en el artículo 90.1.a) de la LCSP, la solvencia técnica se acreditará mediante una relación de los principales servicios de naturaleza igual o similar a los que constituyen el objeto del contrato, realizados durante los últimos tres (3) ejercicios disponibles, en función de la fecha de constitución o inicio de actividad del licitador.

A estos efectos:

- Deberán acreditarse, al menos, dos (2) contratos ejecutados para entidades públicas o privadas (ámbito local, autonómico, estatal o internacional).
- El importe anual acumulado en el año de mayor ejecución deberá ser igual o superior al 70 % del valor estimado del contrato, esto es, 68.600,00.-€. Este porcentaje se considera proporcional a la dimensión económica y complejidad técnica del contrato.
- Se considerarán de igual o similar naturaleza aquellos servicios cuyo contenido técnico esté vinculado total o parcialmente a actividades de identidad visual, comunicación institucional, producción audiovisual, estrategia digital o captación de públicos en el marco de eventos, proyectos culturales, tecnológicos o de divulgación.

Adicionalmente, y atendiendo a la naturaleza híbrida del Congreso (que combina dimensión institucional, divulgativa y tecnológica) los licitadores deberán acreditar haber desarrollado al menos un (1) proyecto de comunicación o gestión de contenidos vinculado a alguno de los siguientes ámbitos:

- Cultura, arte o eventos de carácter público.
- Educación, conocimiento o divulgación.
- Entorno digital, tecnológico o científico.

Esta exigencia se establece con carácter alternativo y no acumulativo, con el fin de garantizar experiencia sectorial adecuada sin restringir indebidamente la concurrencia.

A efectos de determinar la naturaleza similar del servicio, se atenderá al contenido técnico efectivo de las prestaciones realizadas, valorándose especialmente aquellas vinculadas a identidad visual, comunicación institucional, producción audiovisual y estrategia digital para eventos o proyectos de carácter público o institucional.

Medios de acreditación:

- Operadores con experiencia previa: mediante la aportación de certificados expedidos o visados por el órgano competente, cuando el destinatario sea una entidad del sector público; y, cuando el destinatario sea un sujeto privado, mediante un certificado expedido por este o, a falta de estos certificados, mediante una declaración del empresario acompañado de los documentos obrantes en poder del mismo que acrediten la realización de la prestación, incluyendo en ambos casos los importes de dichos servicios, las fechas en que fueron prestados y los correspondientes destinatarios.
- Empresas de nueva creación (en los términos del artículo 90.4 de la LCSP; esto es, con antigüedad inferior a cinco años): mediante declaración sobre la plantilla media anual de la empresa y del número de directivos desde la fecha de constitución, que deberá ser de tres (3) empleados desde la fecha de constitución; pudiendo, el órgano de administración, si lo considera necesario, requerir un informe de la Tesorería General de la Seguridad Social sobre el número medio anual de personas trabajadoras.

7. CRITERIOS DE ADJUDICACIÓN

NOTA: Los criterios de adjudicación previstos, así como su ponderación, fórmulas de valoración, criterios de desempate y parámetros para la identificación de ofertas presuntamente anormales, han sido validados jurídicamente por la Dirección Legal, constatándose su adecuación a los artículos 145, 146, 147 y 149 de la LCSP, su vinculación directa con el objeto del contrato, su carácter objetivo, proporcional y no discriminatorio, y su coherencia con el procedimiento de adjudicación elegido.

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

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

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

NOTA: De conformidad con el artículo 146.3 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 del procedimiento. Véase, en este sentido, art. 19.3 del PCAP.

IMPORTANTE: La documentación técnica sujeta a criterios de valoración subjetivos o ponderables en función de un juicio de valor no tendrá más de **treinta (30) páginas (A4)**, sin contar la portada y el índice, y deberá realizarse en tipo de **letra Arial tamaño 10**. “En caso de superarse dicha extensión, únicamente serán objeto de valoración las primeras treinta (30) páginas.

Se proponen los siguientes criterios de adjudicación atendiendo a la especial relevancia estratégica del presente contrato para la proyección institucional de MWCcapital y para el posicionamiento del Congreso Internacional por los Derechos Digitales como espacio de referencia en el ámbito de la transformación digital y los derechos fundamentales en el entorno tecnológico.

Dada la dimensión institucional del Congreso, su carácter abierto a la ciudadanía y su impacto en la imagen pública de la Fundación y de las administraciones impulsoras, resulta imprescindible garantizar un alto nivel de calidad técnica, conceptual y comunicativa en el desarrollo de la identidad visual, la campaña creativa y el plan de comunicación asociado.

En consecuencia, los criterios ponderables en función de un juicio de valor permitirán evaluar no solo el cumplimiento formal de las prescripciones técnicas, sino también la solidez del enfoque estratégico, la coherencia conceptual de las propuestas, su viabilidad operativa, su adecuación al carácter institucional del evento y su capacidad

para generar impacto y comprensión en los distintos públicos objetivo, todo ello en directa vinculación con el objeto del contrato y los objetivos definidos en el PPT.

La ponderación atribuida a los criterios evaluables mediante juicio de valor responde a la naturaleza eminentemente intelectual y creativa del contrato, cuyo resultado incide directamente en la imagen institucional de MWCcapital y en la proyección pública del Congreso. En este contexto, la calidad conceptual, estratégica y comunicativa de las propuestas constituye un elemento esencial para la correcta ejecución del contrato, no siendo suficiente una valoración basada exclusivamente en parámetros económicos o automáticos.

Asimismo, el establecimiento de un umbral mínimo de calidad técnica tiene por finalidad garantizar que las ofertas que accedan a la fase de valoración económica alcancen un nivel adecuado de solvencia técnica y coherencia con los objetivos del proyecto, evitando la eventual adjudicación a propuestas que, aun siendo económicamente competitivas, no resulten idóneas desde el punto de vista cualitativo.

IMPORTANTE: Se advierte que, de acuerdo con lo establecido en el PCAP, en atención a la normativa vigente, y el artículo 157.3 de la LCSP, la inclusión de información en el Sobre 1 que permita desvelar el secreto de la oferta correspondiente a los criterios cuya valoración corresponde a la aplicación de juicio de valor, así como la inclusión de información correspondiente al Sobre 3 (oferta valorable según la aplicación de criterios automáticos) en el Sobre 2, será motivo de exclusión de la oferta.

**7.1.1. Propuesta de campaña de visibilidad gráfica en entorno urbano y digital
(hasta un máximo de 20 puntos)**

Se valorará la propuesta de una campaña creativa de visibilidad gráfica, orientada a dar notoriedad al Congreso Internacional por los Derechos Digitales y a concienciar a la ciudadanía sobre la relevancia de los derechos digitales, poniendo el foco en el Congreso como espacio de referencia durante los días de su celebración.

La campaña deberá plantearse desde un enfoque creativo, accesible y de alcance generalista, capaz de generar impacto y reconocimiento en públicos amplios, manteniendo al mismo tiempo el rigor y el tono propios de una iniciativa de carácter institucional impulsada por el Gobierno de España.

La propuesta deberá contemplar un despliegue integrado de formatos exteriores y digitales, incluyendo, a título orientativo:

- Lonas de gran formato y aplicaciones en fachada.
- Marquesinas y otros soportes de mobiliario urbano.
- Piezas gráficas digitales adaptadas a distintos formatos y dispositivos.

Asimismo, deberá definir con claridad:

- El concepto creativo de la campaña y su traducción visual.
- La capacidad de la propuesta para conectar con la ciudadanía desde un lenguaje claro y reconocible.
- La adaptabilidad del concepto a los distintos formatos y soportes.
- La contribución de la campaña a reforzar tanto la visibilidad del Congreso como la sensibilización en torno a los derechos digitales.

Se valorará especialmente la calidad y solidez del concepto creativo, su impacto visual, su capacidad de síntesis del mensaje, la adecuación a formatos mainstream y la coherencia con el posicionamiento institucional del Congreso y su alineación con el marco de Derechos Digitales y los valores institucionales que inspiran el evento.

IMPORTANTE: No debe incluirse información alguna relativa al compromiso sobre el plazo de entrega el Informe del cierre y mejoras en la gestión del evento de la cláusula 9.2.2.b) de este pliego, cuya valoración se realizará mediante criterios de adjudicación objetivos o evaluables de forma automática.

La valoración de las propuestas se realizará atendiendo, en todo caso, a la claridad expositiva, coherencia interna, grado de desarrollo técnico, adecuación a los objetivos del Congreso y viabilidad real de implementación de las soluciones planteadas.

7.1.2. Identidad visual on-site (hasta un máximo de 20 puntos)

Se valorará la propuesta de desarrollo y aplicación de la identidad visual del Congreso Internacional por los Derechos Digitales, entendida como la traducción al entorno presencial (onsite) de los elementos gráficos ya existentes.

La identidad visual del evento deberá construirse como una fusión e inspiración entre el brandbook del programa de Derechos Digitales y la línea gráfica específica de comunicación del Congreso, ya definida la base con anterioridad, garantizando coherencia, continuidad visual y reconocimiento institucional.

La propuesta deberá contemplar la aplicación de dicha identidad en los principales espacios del evento en la Llotja de Mar de Barcelona, con especial atención a:

- Fachada del edificio, como elemento clave de visibilidad exterior e identificación institucional del Congreso.
- Claustro / patio interior, como espacio de circulación, encuentro y acogida de asistentes, donde la identidad visual debe reforzar la orientación, el reconocimiento del evento y la experiencia del visitante.
- Salón de Contrataciones, como espacio central de las sesiones del Congreso, donde la identidad visual deberá aplicarse a los elementos de escenario, fondos de ponencias, soportes gráficos y recursos visuales para pantallas.
- Salón Fuentes de Neptuno, como sala para realizar workshops.

Asimismo, se valorará la definición de un planteamiento audiovisual coherente con la identidad visual, que dé soporte a las actividades previstas (conferencias, mesas, talleres, etc.) durante los dos días del Congreso y permita una correcta integración de contenidos gráficos y audiovisuales en los distintos espacios.

La propuesta deberá demostrar:

- Capacidad para adaptar la identidad visual a distintos espacios arquitectónicos y escalas.
- Coherencia visual entre fachada, espacios de tránsito y espacios de contenido.
- Adecuación al carácter patrimonial y singular de la Llotja de Mar.
- Funcionalidad y claridad en la experiencia visual del evento.

Se valorará especialmente la solidez del sistema visual, la calidad de la integración gráfica en cada espacio, la coherencia con las identidades de referencia y la viabilidad de su aplicación durante el desarrollo del Congreso.

Asimismo, se valorará la incorporación de propuestas de tratamiento lumínico que, de forma respetuosa y coherente con la identidad visual del Congreso y con el carácter patrimonial de la Llotja de Mar, contribuyan a enriquecer la ambientación de los distintos espacios (fachada, claustro/patio interior y Salón de Contrataciones), siempre que resulte técnica y normativamente viable.

Estas propuestas podrán contemplar el uso de la iluminación como recurso complementario para reforzar la identidad del evento, mejorar la experiencia del asistente y jerarquizar espacios, siempre desde un enfoque funcional, no invasivo y compatible con las características arquitectónicas del edificio.

7.1.3. Plan de Comunicación y captación de públicos **(hasta un máximo de 10 puntos)**

Se valorará la propuesta de un Plan de Comunicación y Captación de Públicos orientado a maximizar la visibilidad del Congreso Internacional por los Derechos Digitales, favorecer la participación de los distintos públicos objetivo y reforzar la concienciación ciudadana en torno a los derechos digitales.

El Plan deberá cubrir la fase previa, durante y posterior al Congreso.

A tal efecto, el plan se diseñará tomando como referencia el calendario previsto del proyecto, que contempla el inicio de las actuaciones preparatorias el 1 de abril de 2026, los días de celebración del evento (13 y 14 de mayo de 2026) y la fase de cierre hasta el 14 de junio de 2026.

No obstante, en caso de que la formalización del contrato se produjera con posterioridad al 1 de abril de 2026, el adjudicatario deberá adaptar el plan al calendario efectivo de inicio de la ejecución contractual, garantizando en todo caso el cumplimiento íntegro de las actuaciones previstas para la celebración y cierre del Congreso.

La propuesta deberá contemplar, como mínimo, los siguientes puntos, que serán objeto de valoración:

- *Plan de captación de públicos y campaña de difusión (4 puntos)*

Definición de una estrategia de captación que identifique y segmente los públicos objetivo, establezca objetivos claros de comunicación y detalle las acciones de difusión previstas. Se valorará la coherencia entre mensajes, públicos, canales y fases del proyecto, así como la claridad del cronograma de acciones.

- *Gestión de redes sociales, branded content y piezas editoriales (pre, durante y post evento) (4 puntos)*

Propuesta de gestión de contenidos en redes sociales, contemplando al menos Instagram, TikTok y LinkedIn, con enfoques diferenciados según canal y público. Se valorará la planificación de contenidos, la calidad del branded content y de las piezas editoriales, así como su adecuación a las distintas fases del proyecto.

- *Mantenimiento web, sistema de registro y atención al usuario (customer care) (2 puntos)*

Propuesta de mantenimiento y actualización de los contenidos web del Congreso, incluyendo el sistema de registro de asistentes para actividades programadas (workshops y talleres) y los mecanismos de atención y respuesta a consultas, garantizando una experiencia clara, accesible y funcional.

Asimismo, se valorará de forma transversal:

- La coherencia global del plan.
- La viabilidad de las acciones propuestas.
- La adecuación de los canales seleccionados a los públicos objetivo.
- La definición de indicadores de seguimiento y evaluación de resultados.

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

Los criterios de adjudicación cuya valoración se produce de forma automática serán:

7.2.1. Oferta económica (hasta un máximo de 30 puntos)

Se otorgará la máxima puntuación al licitador que formule el precio más bajo que sea admisible, es decir, que no sea anormalmente bajo y que no supere el presupuesto base de licitación y en el resto de las entidades licitadoras la distribución de la puntuación se hará aplicando la siguiente fórmula establecida por la Instrucción de la Gerencia Municipal y aprobada por Decreto de Alcaldía, de 22 de junio de 2017, publicado en la Gaceta Municipal del día 29 de junio, conforme a lo previsto en el artículo 146.2.b) de la LCSP:

$$\left[\frac{\text{PBL} - \text{oferta del licitador}}{\text{PBL} - \text{oferta económica más baja admitida}} \right] \times \text{Puntos máx.} = \text{Puntuación resultante}$$

IMPORTANTE: Si un licitador presenta una **oferta igual al precio de licitación**, no obtendrá puntuación alguna en el criterio económico. Las ofertas que superen el **precio de licitación** serán automáticamente excluidas por superar el límite económico fijado en los pliegos.

7.2.2. Otros criterios automáticos
(hasta un máximo de 20 puntos)

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

Dichos compromisos se entenderán integrados en el contenido contractual y, en consecuencia, su incumplimiento podrá dar lugar a la aplicación de penalidades, conforme a lo que se establezca en los pliegos, sin perjuicio de otras medidas previstas legalmente, incluida la posible resolución del contrato, de conformidad con los artículos 145.2.d), 192 y 211 de la LCSP.

a) Objeto publicitario adicional
(hasta un máximo de 10 puntos)

Se otorgarán diez (10) puntos cuando se asuma el compromiso de producir un objeto publicitario conformado por un elemento corpóreo que tenga volumen, visibilidad y capacidad de llamar la atención, de un tamaño mínimo de 2,5m x 1m, y cuyo material no sea *porexpan* o similar, siempre que resulte coherente con la identidad visual del Congreso y con las limitaciones del espacio.

Este compromiso incluirá necesariamente una caja de transporte del objeto publicitario, así como su traslado, montaje y desmontaje.

Medio de acreditación: Se acreditará mediante la correspondiente declaración responsable, siguiendo el modelo de oferta económica y otros criterios automáticos adjunto a los pliegos, que deberá incluirse en el sobre 3.

b) Informe de cierre y mejoras en la gestión del proyecto
(hasta un máximo de 10 puntos)

Se otorgarán hasta un máximo de diez (10) puntos a los licitadores que se comprometan a entregar el informe de cierre y propuestas de mejora del proyecto, previsto en el PPT, en un plazo inferior al establecido con carácter general.

A estos efectos, se asignará la siguiente puntuación en función del plazo de entrega del informe, contado a partir de la finalización del Congreso:

- Diez (10) puntos: cuando el licitador se comprometa a entregar el informe de cierre y propuestas de mejora dentro de los siete (7) días naturales siguientes a la finalización del Congreso; y éste incluya, además:
 - Una propuesta de mejoras operativas y estratégicas para una próxima edición
 - Indicadores de evaluación y análisis de KPIs obtenidos.
 - Formato presentable y orientado a toma de decisiones (ej. resumen ejecutivo, visualizaciones, lecciones aprendidas).
- Cinco (5) puntos: cuando el licitador se comprometa a entregar el informe de cierre y propuestas de mejora dentro de los catorce (14) días naturales siguientes a la finalización del Congreso, con contenido descriptivo y conclusiones generales, sin incluir propuestas específicas ni evaluación por indicadores.
- Cero (0) puntos: cuando el informe de cierre se entregue con posterioridad a los catorce (14) días naturales siguientes a la finalización del Congreso y, en cualquier caso, dentro del plazo máximo establecido en los pliegos.

Medio de acreditación: El compromiso de entrega se acreditará mediante la correspondiente declaración responsable, conforme al modelo de oferta económica y otros criterios automáticos que se adjunta a los pliegos, y que deberá incluirse en el sobre correspondiente a los criterios evaluables de forma automática.

8. BAJAS PRESUNTAMENTE ANORMALES O CASOS DE EMPATE

8.1. Ofertas con valores anormalmente bajos

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

- **Grupo 1 – Calidad técnica alta:** ofertas que hayan obtenido una puntuación técnica superior al 75% de la puntuación máxima del Sobre 2 (más de 37,5 puntos sobre 50). Se considerará anormalmente baja aquella oferta que suponga una baja superior al 12% respecto de la media de las ofertas económicas admitidas.

- **Grupo 2 – Calidad técnica media:** ofertas que hayan obtenido entre el 60% y el 75% de la puntuación técnica (entre 30 y 37,5 puntos). Se considerará anormalmente baja aquella oferta que suponga una baja superior al **14%** respecto de la media.
- **Grupo 3 – Calidad técnica mínima admisible:** ofertas que hayan obtenido entre el 50% y el 60% de la puntuación técnica (entre 25 y 30 puntos). Se considerará anormalmente baja aquella oferta que suponga una baja superior al **16%** respecto de la media.
- En el supuesto de que concurra **un único licitador**, se considerará que su oferta presenta valores anormalmente bajos cuando el porcentaje de baja sobre el presupuesto base de licitación supere el **15%**.

A efectos del análisis, la puntuación técnica a considerar será exclusivamente la correspondiente a los criterios evaluables mediante juicio de valor (Sobre 2), con un máximo de 50 puntos.

En caso de detectarse alguna de las situaciones descritas, el órgano de contratación concederá audiencia al licitador afectado para que, en el plazo que se determine, pueda justificar la viabilidad de su oferta, de conformidad con lo previsto en el artículo 149.4 de la LCSP.

La carga de la prueba recaerá sobre el licitador, que deberá aportar una justificación suficiente, clara y fundada, incluyendo, al menos, información relativa a:

- La estructura de costes, desglosada y coherente con los precios ofertados, y los márgenes empresariales aplicables.
- Las economías de escala, eficiencias operativas o técnicas propias que permitan explicar la reducción de costes sin afectar al cumplimiento del contrato.
- Las medidas de gestión medioambiental, de calidad o de acceso a recursos específicos que justifiquen un menor precio manteniendo la viabilidad del servicio.

La oferta podrá ser excluida si la justificación presentada:

- No resulta suficiente o no acredita de forma razonable la viabilidad económica y técnica de la oferta; o

- Revela que el importe ofertado incumple las obligaciones aplicables en materia de subcontratación, condiciones laborales, sociales o medioambientales, según el Derecho de la Unión Europea, el Derecho nacional, los convenios colectivos sectoriales vigentes o las disposiciones enumeradas en el Anexo V de la LCSP.

Asimismo, se rechazará la oferta si se constata que los salarios tenidos en cuenta para su cálculo son inferiores a los establecidos en el convenio colectivo aplicable, o si dichos salarios o costes laborales no quedan suficientemente justificados en relación con la prestación objeto del contrato.

8.2. Criterio de desempate

En caso de producirse un empate en la puntuación total final entre dos o más licitadores, se aplicará lo dispuesto en el artículo 147.2 de la LCSP.

Como criterio de desempate, y en línea con los objetivos de sostenibilidad y responsabilidad social de MWCcapital, se priorizarán, por este orden, las ofertas que acrediten, mediante declaración responsable:

- a) La contratación o integración en plantilla de personas con discapacidad en un porcentaje igual o superior al 2 %.
- b) La condición de empresa de inserción o centro especial de empleo debidamente registrado.
- c) La adopción de planes de igualdad u otras medidas efectivas de promoción de la igualdad de género.

En caso de que persista el empate, el desempate se resolverá mediante sorteo público, documentado en acta, entre las ofertas igualadas.

9. SUBCONTRATACIÓN

Se permite la subcontratación parcial de las prestaciones objeto del contrato, con sujeción a lo dispuesto en los artículos 215 y 216 de la LCSP.

No obstante, de conformidad con el artículo 215.2 de la LCSP, se consideran tareas críticas, por su carácter estratégico y por incidir directamente en la coordinación

general, coherencia conceptual y correcta ejecución del contrato, las siguientes prestaciones, que no podrán ser objeto de subcontratación:

- La dirección, gestión y supervisión general del proyecto.
- La coordinación institucional y participación en las reuniones de seguimiento con MWCcapital.
- La definición estratégica de la identidad visual y de la campaña creativa.

La consideración de estas tareas como críticas se justifica en la necesidad de garantizar la responsabilidad directa del adjudicatario en los aspectos nucleares del contrato, asegurar la coherencia técnica y conceptual de las propuestas y preservar la interlocución única con la Fundación.

La subcontratación del resto de prestaciones deberá ajustarse a los requisitos establecidos en la LCSP y en los pliegos que rigen el procedimiento.

10. MESA DE CONTRATACIÓN

La mesa estará constituida por:

- Presidenta: **Laia Corbella**, Chief Communications & Corporate Affairs; o persona en quien delegue;
- Secretaria: **Marta Duelo**, Chief of Legal & Contractual Services de MWCcapital; o persona en quien delegue;
- Vocal: **Vicenç Margalef**, Chief Operating Officer de MWCcapital; o persona en quine delegue;
- Vocal técnico 1: **Marcos Morcate**, Head of Marketing de MWCcapital, o persona en quien delegue; y
- Vocal técnico 2: **Marta Fernández**, Head of Citizen Projects & Engagement, o persona en quien delegue.

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

Barcelona, a 24 de febrero de 2026



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