

INFORME JUSTIFICATIVO DE LA NECESIDAD E IDONEIDAD DE CONTRATAR LA PRESTACIÓN DE UN SERVICIO DE COMUNICACIÓN, DISEÑO Y GENERACIÓN DE CONTENIDO DEL EVENTO TALENT ARENA 2027 IMPULSADO POR FUNDACIÓ BARCELONA MOBILE WORLD CAPITAL FOUNDATION

Exp. A/F202612/S

De conformidad con lo dispuesto en el artículo 28 de la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público (“**LCSP**”), se emite el presente informe justificativo de la necesidad e idoneidad del contrato.

El contenido del presente informe deberá 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**”), teniendo este documento por finalidad justificar la necesidad, idoneidad y configuración general del contrato.

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

NOTA: Para complementar la información contenida en este informe, se ha incorporado un **Anexo Documental** donde pueden consultarse más información sobre MWCcapital y los antecedentes al presente expediente, así como materiales adicionales relativos a ediciones anteriores del evento Talent Arena, incluyendo fotografías, grabaciones, datos técnicos y enlaces a las páginas web oficiales.

1.1. Introducción

Fundació Barcelona Mobile World Capital Barcelona (en adelante, “**MWCcapital**” o la “**Fundación**”, indistintamente) es una fundación público-privada creada en 2012, impulsada por el Ajuntament de Barcelona, la Generalitat de Catalunya, el Gobierno de España, GSMA y Fira de Barcelona. A su vez, forman parte de su Patronato diversas empresas privadas de referencia, como CaixaBank, Damm, Telefónica, Vodafone y Orange, que contribuyen activamente al desarrollo estratégico de la Fundación.

MWCcapital tiene por misión impulsar la transformación digital de la sociedad con un enfoque de impacto económico y social, liderando proyectos que conectan talento, tecnología y empresa en sectores clave como la salud, la educación, la movilidad, la industria digital o la sostenibilidad.

En el marco de sus fines fundacionales, MWCcapital impulsa proyectos dirigidos al fomento del talento digital, la capacitación tecnológica, la conexión entre profesionales y empresas y el posicionamiento internacional de Barcelona como *hub* tecnológico de referencia.

Entre estas iniciativas se encuentra Talent Arena, evento tecnológico promovido por MWCcapital y celebrado en el marco del MWC Barcelona, orientado a la atracción, desarrollo y conexión de talento digital nacional e internacional (en adelante, el “Evento”).

1.2. Antecedentes y justificación técnica del proyecto

Talent Arena se integra dentro de la estrategia de impulso del talento digital desarrollada por MWCcapital, cuyo objetivo es favorecer la conexión entre profesionales, empresas, instituciones y centros formativos vinculados al ámbito tecnológico.

El proyecto constituye la evolución de iniciativas anteriores impulsadas por la Fundación orientadas a la captación y desarrollo de talento digital, consolidándose progresivamente como un espacio de referencia para profesionales tecnológicos, empresas del sector y agentes del ecosistema digital.

Las ediciones celebradas hasta la fecha han experimentado un crecimiento progresivo tanto en volumen de asistentes como en complejidad operativa, contenidos y participación de entidades colaboradoras, incorporando:

- espacios profesionales especializados;
- actividades técnicas y formativas;
- *workshops*;
- *hackathons*;
- *networking* profesional;
- gestión de ponentes y expertos internacionales;
- coordinación de *partners* y *sponsors*;
- y sistemas complejos de acreditación y atención al usuario.

En este contexto, Talent Arena 2027 mantendrá el modelo híbrido de acceso libre y zonas profesionales especializadas, reforzando especialmente:

- las áreas PRO;
- los *workshops* técnicos;
- los espacios de *networking*;
- las actividades experienciales;
- la zona de *hackathon*

- y la participación de perfiles internacionales.

La dimensión operativa y estratégico del Evento requiere un servicio especializado que integre funciones de comunicación, diseño y generación de contenidos, con capacidad para proporcionar soporte integral durante todas las fases del proyecto.

Por todo ello, la evolución del proyecto y el incremento progresivo de su complejidad justifican la necesidad de disponer de un servicio especializado que garantice la alineación entre estrategia, creatividad y ejecución operativa del Evento.

1.3. Idoneidad del contrato

En atención al contexto descrito y a la evolución experimentada por el proyecto Talent Arena en sus últimas ediciones, se ha producido una transición desde un enfoque centrado exclusivamente en la comunicación vinculada a la celebración del Evento hacia un modelo de gestión continua de la misma y de dinamización de la comunidad profesional asociada.

En este sentido, el alcance del proyecto excede la lógica puntual del Evento, requiriendo una estrategia estructurada y sostenida en el tiempo que integre la planificación, producción y difusión de contenidos, así como la activación de la comunidad profesional de Talent Arena a lo largo de todo el año.

Esta evolución implica la necesidad de disponer de capacidades especializadas que permitan no solo ejecutar campañas de comunicación vinculadas al Evento y gestionar los canales propios asociados, sino también diseñar e implementar acciones orientadas a la generación de comunidad, la dinamización de audiencias y la consolidación de relaciones entre los distintos agentes del ecosistema.

En atención a dichas necesidades, MWCcapital requiere la contratación de un servicio de comunicación, diseño y generación de contenido para Talent Arena 2027, que permita garantizar una cobertura integral de las distintas dimensiones del proyecto, tanto en fase previa como durante la celebración del Evento y en su proyección posterior.

La finalidad del contrato se encuentra plenamente alineada con los fines institucionales de MWCcapital, en tanto que Talent Arena 2027 constituye una actuación estratégica orientada al impulso, atracción y conexión del talento digital y al posicionamiento internacional del ecosistema tecnológico de Barcelona.

Finalmente, en la medida en que el objeto de esta contratación está comprendido en el de los contratos regulados en la normativa en materia de contratación pública, y dada la consideración de MWCcapital como entidad del sector público que tiene la consideración de poder adjudicador no administración pública, la prestación de dicho servicio debe ser objeto de licitación al amparo de lo dispuesto en la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público (en adelante, “LCSP”).

1.4. Imposibilidad de ejecución con medios propios

De conformidad con el artículo 28.2 de la LCSP, MWCcapital no dispone de medios personales y técnicos suficientes para ejecutar internamente las prestaciones objeto del contrato.

El desarrollo de Talent Arena 2027 en el marco de un modelo que combina la celebración del Evento con una estrategia continuada de comunicación, generación de contenidos y dinamización de la comunidad profesional asociada, comporta la necesidad de asumir un elevado volumen de tareas de carácter estratégico, creativo, técnico y operativo.

En particular, dichas tareas comprenden, entre otros aspectos, la definición y ejecución de la estrategia de comunicación, la conceptualización y producción de contenidos multicanal, el diseño gráfico y audiovisual, la gestión y dinamización de canales digitales, la adaptación de mensajes a distintos públicos (perfiles sénior, junior y profesionales especializados), así como la cobertura comunicativa del Evento antes, durante y después de su celebración.

Asimismo, el volumen de contenidos a producir, la diversidad de formatos (digitales, audiovisuales y presenciales), la segmentación de audiencias derivada del modelo de acceso (zonas abiertas y zonas XPRO), así como la necesidad de garantizar coherencia narrativa, calidad creativa y capacidad de respuesta en tiempo real, requieren la intervención de un equipo multidisciplinar especializado.

En particular, MWCcapital no dispone actualmente de una estructura interna con capacidad operativa suficiente para asumir directamente las tareas descritas con las garantías necesarias de calidad, trazabilidad, continuidad del servicio, coordinación con terceros y cumplimiento de los plazos exigidos para un evento de estas características.

Adicionalmente, la prestación objeto del contrato requiere conocimientos específicos y experiencia acreditada en el ámbito de la comunicación estratégica, la producción de contenidos para eventos tecnológicos de gran formato y la gestión de

comunidades profesionales en entornos digitales, así como la capacidad de operar en contextos multicanal, multilingües y de alta exigencia operativa.

En consecuencia, resulta necesario acudir a la contratación de un proveedor externo que disponga de la solvencia técnica, experiencia, medios especializados y capacidad organizativa adecuadas para garantizar una ejecución eficaz e integrada del servicio, minimizando riesgos operativos, técnicos y contractuales y asegurando el correcto desarrollo del Evento.

La presente licitación permite, por tanto, asegurar una prestación ajustada a los estándares de calidad exigibles, en coherencia con los principios de eficiencia, eficacia operativa, buena administración y adecuada gestión de los recursos públicos que rigen la actividad de MWCcapital como entidad integrante del sector público institucional.

2. OBJETO Y NATURALEZA DEL CONTRATO

El objeto del contrato consiste en la prestación de un servicio de comunicación, diseño y generación de contenido del evento Talent Arena 2027, incluyendo, entre otras prestaciones, los **cinco (5) bloques** funcionales descritos en el PPT:

- Desarrollo y evolución del territorio creativo y visual;
- Producción e implementación de contenido, materiales y activos de comunicación;
- Asesoramiento estratégico y soporte a la comunicación y posicionamiento de Talent Arena;
- Mantenimiento de los canales propios del Evento;
- Coordinación, gestión y seguimiento integral del proyecto.

La ejecución material de la producción técnica, logística y operativa del Evento queda expresamente excluida del objeto del presente contrato, y será objeto de contratación independiente mediante el correspondiente procedimiento de licitación.

La prestación del servicio se deberá ejecutarse conforme a las condiciones técnicas y funcionales establecidas en los pliegos, así como de acuerdo con la oferta presentada por el adjudicatario y las instrucciones de coordinación que, en su caso, emita MWCcapital durante la ejecución del contrato.

La naturaleza jurídica del presente contrato es la de contrato de servicios, al amparo de lo previsto en el artículo 17 de la LCSP.

El objeto contractual se corresponde principalmente con el código 79415000-9 “Servicios de publicidad y marketing” de la nomenclatura del Vocabulario Común de Contratos Públicos (CPV) de la Comisión Europea.

3. DIVISIÓN EN LOTES

El contrato no se divide en lotes, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 99.3.b) de la LCSP, dado que la ejecución separada de las distintas prestaciones que lo integran comprometería gravemente la eficacia, coherencia y calidad del servicio. Todas las prestaciones incluidas en el objeto del contrato forman parte de un único servicio integral e interdependiente en materia de comunicación, diseño y generación de contenidos del evento Talent Arena 2027, siendo funcionalmente inseparables y necesarias para garantizar la correcta ejecución unitaria del proyecto.

La realización independiente de dichas prestaciones mediante su división en lotes dificultaría su correcta ejecución desde el punto de vista técnico y organizativo, dado que todas ellas están concebidas para desarrollarse de forma integrada, coherente y coordinada.

La fragmentación del contrato podría generar inconsistencias en la ejecución de la estrategia de comunicación, disfunciones en la coordinación entre proveedores y una pérdida de coherencia en los mensajes, afectando negativamente la calidad del servicio y a la consecución de los objetivos del proyecto.

Asimismo, la ejecución del contrato exige una coordinación continua y una capacidad de respuesta ágil, especialmente en contextos de generación de contenidos en tiempo real y gestión de múltiples canales y formatos, lo que resulta incompatible con una división en lotes que implicaría la concurrencia de múltiples adjudicatarios.

Desde el punto de vista organizativo, la unidad del contrato permite una asignación clara de responsabilidades, una gestión más eficiente del proyecto y un control adecuado de la calidad y de los resultados obtenidos, evitando la dispersión de responsabilidades que podría derivarse de la existencia de varios contratistas.

Por todo ello, se considera que la división en lotes afectaría negativamente al interés público perseguido y que la naturaleza del servicio exige su contratación unitaria.

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:

- Los costes reales asociados a la edición Talent Arena 2026, permitiendo ajustar las estimaciones a la realidad organizativa y anticipar las necesidades reales en recursos humanos, materiales y logísticos;
- La experiencia de la Fundación en contratos de naturaleza similar;
- Los precios de mercado vigentes para servicios de características equivalentes, consultando ofertas y presupuestos de diferentes proveedores para determinar el rango de precios competitivos y asegurar la adecuación económica;
- Las referencias de licitaciones análogas promovidas por entidades públicas en el ámbito de la comunicación, diseño y generación de contenido de eventos institucionales de gran formato.

Todo ello asegura que el valor estimado responde a criterios de eficiencia, racionalidad económica y adecuación al mercado, cumpliendo los principios de buena gestión financiera exigidos por la LCSP.

4.1. Presupuesto base de licitación (PBL)

El presupuesto base de licitación (PBL) del contrato es de **CIENTO VEINTINUEVE MIL CUATROCIENTOS SETENTA EUROS (129.470,00.-€)**.

Este importe se desglosa de la siguiente forma:

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

El precio del contrato será el que finalmente resulte de la adjudicación y deberá incluir expresamente el IVA como partida diferenciada. Dicho precio tendrá carácter de cerrado, entendiéndose incorporados en el mismo todos los costes y obligaciones

necesarios para la ejecución íntegra del contrato, sin posibilidad de facturación adicional por conceptos no previstos.

A modo enunciativo, el precio ofertado deberá cubrir tributos, tasas, cánones, costes directos e indirectos, gastos generales, desplazamientos, dietas, seguros, materiales, embalajes, personal, así como cualquier otro gasto asociado al cumplimiento del contrato durante toda su vigencia, sin perjuicio de las obligaciones laborales y de seguridad social del contratista.

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

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

4.2. Justificación económica conforme al artículo 100.2 de la LCSP

El PBL ha sido determinada conforme a lo previsto en el artículo 100.2 de la LCSP, a partir de una estimación detallada, realista y completa de los costes necesarios para garantizar la correcta ejecución del contrato.

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

En consecuencia, el PBL se configura como una referencia económica objetiva y coherente con el objeto del contrato, respetando los principios de eficiencia, economía y buena gestión financiera exigidos por la LCSP.

4.3. Reparto del coste y márgenes estimados

De conformidad con lo dispuesto en el artículo 100.2 de la LCSP, el presupuesto base de licitación se ha determinado a partir de una estimación económica detallada e incorporando todos los costes necesarios para garantizar la correcta ejecución del servicio, sin omisiones ni fraccionamientos indebidos.

Costes directos	77.040,00.-€
Costes indirectos	10.700,00.-€
Gastos generales	12.840,00.-€
Beneficio industrial	6.420,00.-€
Total PBL	107.000,00.-€
IVA 21%	22.470,00.-€
PBL con IVA	129.470,00.-€

El PBL arriba reseñado se desglosa en la estimación realizada por el equipo técnico responsable, de acuerdo con las siguientes asunciones y conforme a las diferentes partidas que integran el objeto del contrato:

- **Costes directos (72 %):** Comprenden los costes directamente imputables a la ejecución del contrato, principalmente asociados al personal, así como otros eventuales gastos puntuales.
- **Costes indirectos (10 %):** Incluyen aquellos costes no atribuibles directamente a una actividad concreta, tales como personal de soporte, estructura operativa, medios técnicos generales y otros recursos organizativos para la prestación del servicio.
- **Gastos generales (12 %):** Comprenden aquellos costes recurrentes generales de estructura empresarial, comunicaciones, seguros, asesoramiento externo, tributos, y otros gastos no asignables de forma directa ni indirecta.
- **Beneficio industrial (6 %):** Corresponden al margen empresarial razonable del contratista asociado a la ejecución del contrato.

En conjunto, la estructura económica resultante constituye una base objetiva, transparente y plenamente alineada con las exigencias del artículo 100 de la LCSP y con los principios de economía, eficiencia y buena gestión. Del mismo modo, los porcentajes utilizados reflejan adecuadamente la naturaleza del objeto contractual y permiten asegurar una ejecución eficaz y sostenible del servicio.

NOTA: El desglose económico por categorías de coste se incorpora a efectos de justificación del presupuesto base de licitación conforme al artículo 100.2 de la LCSP. Sin perjuicio de ello, no condiciona la estructura interna de costes que pueda aplicar cada licitador en su oferta, siempre que ésta respete el importe máximo de licitación, el objeto del contrato, las condiciones técnicas exigidas y el alcance definido en los pliegos.

4.4. Valor estimado del contrato (VEC)

El valor estimado del contrato, calculado conforme al artículo 101 de la LCSP, asciende a **DOSCIENTOS CATORCE MIL EUROS (214.000,00.-€)** correspondiente a la totalidad de las prestaciones objeto del contrato sin incluir el IVA.

El cálculo del VEC se ha realizado en base a los siguientes parámetros:

- Se prevé la posibilidad de una (1) prórroga adicional de un (1) año de duración, en las mismas condiciones del contrato inicial, con el fin de garantizar la continuidad del servicio para futuras ediciones de Talent Arena y atender adecuadamente las necesidades estructurales de MWCcapital, no previéndose modificaciones ni fases sucesivas que puedan alterar su objeto principal.
- No se contemplan modificaciones ni fases sucesivas que puedan ampliar su duración o alterar su objeto principal, siendo su alcance, características técnicas y calendario de ejecución los definidos en el PPT.
- No se contempla retribución variable ni incentivos económicos adicionales vinculados a resultados, desempeño o indicadores de impacto, siendo la contraprestación económica fija y determinada por la oferta adjudicataria.
- No se aplicará cláusula de revisión de precios, dado que se trata de un contrato de duración limitada y objeto cerrado.
- Todos los costes previsibles y asociados a la ejecución integral del servicio han sido considerados en el PBL, conforme a los principios de transparencia, suficiencia presupuestaria y adecuación a precios de mercado.

4.5. Desglose funcional orientativo (sin carácter vinculante)

A efectos exclusivamente informativos y orientativos, el presupuesto máximo del contrato se distribuye funcionalmente conforme al siguiente desglose:

Concepto	Importe total (*)
Conceptualización y diseño de la campaña creativa	15.000,00.-€
Adaptación de la identidad gráfica <i>off</i> y <i>onsite</i> , diseño de <i>merchandising</i> , producción de contenido audiovisual <i>off</i> y <i>onsite</i>	45.000,00.-€
Asesoramiento estratégico, conceptualización y acompañamiento en la definición y ejecución de acciones de apoyo al plan de comunicación del Evento	15.000,00.-€
Mantenimiento de los canales del Evento	22.000,00.-€
Coordinación, gestión y seguimiento del proyecto	10.000,00.-€
TOTAL	107.000,00.-€

(*) Estos importes son IVA excluido

5. DURACIÓN

La duración del contrato será de un (1) año desde el día 15 de setiembre de 2026 o, si la formalización fuese posterior, desde la fecha de perfeccionamiento del contrato.

Durante dicho periodo deberán ejecutarse la totalidad de las prestaciones objeto del contrato, incluyendo la fase de preparación, ejecución y seguimiento del evento Talent Arena, así como la fase de comunicación posterior al evento y la entrega de todos los informes exigidos.

Conforme al cronograma funcional descrito en el PPT, durante la ejecución del contrato se distinguen los siguientes hitos documentales:

Entregable	Naturaleza	Plazo	Observaciones
Informe intermedio de valoración	Entregable obligatorio	Como máximo quince (15) días hábiles desde la finalización del Evento (el compromiso de mejora del plazo de entrega será objeto de valoración como criterio automático)	Contendrá una evaluación preliminar de la ejecución, propuesta de mejoras y conclusiones operativas relativas a la campaña gráfica y plan de acciones de comunicación implementado en la fase previa y durante el Evento, esto es, el 3 de marzo de 2027. Incluirá los resultados de comunicación y difusión, valoraciones de KPIs, métricas de impacto y cualquier otro elemento

			necesario para la evaluación del servicio en ambas fases.
Informe final de cierre del servicio	Entregable obligatorio	A más tardar el 10 de setiembre de 2027	Contendrá una evaluación final y global del plan de comunicación de Talent Arena ejecutado en todas las fases del Evento: previo, durante y posterior. Deberá incluir los resultados finales, cuantitativos y cualitativos, así como la trazabilidad completa de las acciones de comunicación post-Evento desarrolladas entre el 3 de marzo de 2027 hasta la finalización del servicio.

Asimismo, se establece la posibilidad de una prórroga de un (1) año adicional, en los mismos términos y condiciones, destinada a la prestación de servicios de naturaleza análoga para la siguiente edición del Evento, en coherencia con el modelo de gestión basado en una estrategia continuada de comunicación, generación de contenidos y dinamización de la comunidad asociada.

La prórroga podrá acordarse por un periodo anual, sin que la duración total del contrato, incluida la prórroga, pueda exceder de los dos (2) años.

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

Esta duración resulta adecuada para atender a la naturaleza, alcance y necesidades del contrato descritas en el apartado primero del presente informe, no siendo necesaria la previsión de modificaciones.

NOTA: Los plazos máximos establecidos en este informe y, por ende, en los pliegos, para la entrega de documentos, informes o cualquier otro hito contractual deberán cumplirse independientemente de que coincidan con días festivos en el lugar de ejecución del contrato, al tratarse de obligaciones a cargo del contratista. Por tanto, la coincidencia con festivos no alterará la exigibilidad de dichos plazos, salvo que se indique expresamente lo contrario.

6. CRITERIOS DE SOLVENCIA

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

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:

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.

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 servicio.

A tal efecto, y conforme 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 valor anual medio del contrato, con independencia de la fecha de constitución o inicio de actividad del licitador.

En consecuencia, el volumen anual de negocios mínimo exigido es de **160.500,00.-€**.

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 (3) 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 (IRFP) 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, MWCapital 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 empresarios se apreciará teniendo en cuenta sus conocimientos técnicos, eficacia, experiencia y fiabilidad en la materia objeto de contratación y, dentro de ésta, en relación directa con el objeto del contrato.

Dichos empresarios deberán ser empresas o entidades que se dediquen profesionalmente y de manera organizada a la prestación de servicios de secretaría técnica, coordinación operativa de eventos, gestión de participantes, atención al usuario, soporte a ponentes y expertos y servicios vinculados a eventos tecnológicos, institucionales o congresuales.

De conformidad con lo establecido en el artículo 90.1.a) de la LCSP, la solvencia técnica se acreditará mediante una **relación de los principales trabajos o servicios de**

naturaleza igual o similar a los que constituyen el objeto del contrato, realizados durante los últimos tres (3) ejercicios disponibles, en función de las fechas de constitución o de inicio de actividad del empresario.

A estos efectos:

- Deberán acreditarse, al menos, dos (2) contratos ejecutados para entidades públicas o privadas (en el ámbito local, autonómico, estatal o internacional).
- Se considerarán de igual o similar naturaleza aquellos servicios cuyo contenido técnico esté vinculado, total o parcialmente, a servicios de comunicación, diseño y generación de contenidos de eventos o servicios equivalentes vinculados a eventos corporativos, tecnológicos, institucionales o congresuales, con independencia de la denominación concreta del contrato o del código CPV asignado.
- El importe anual acumulado correspondiente al año de mayor ejecución de los servicios acreditados deberá ser igual o superior al **70% del VEC (esto es, 149.800,00.-€)**.

Esta exigencia responde a la necesidad de garantizar que el contratista dispone de la experiencia técnica, capacidad organizativa y recursos operativos adecuados para ejecutar servicios de similar complejidad, volumen y nivel de coordinación, en un entorno de elevada exigencia operativa e institucional como es Talent Arena 2027, integrado en el ecosistema de actividades vinculadas a MWC Barcelona.

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, debiendo acreditar una estructura organizativa suficiente y

adecuada para la ejecución del contrato, con una plantilla mínima de cinco (5) personas trabajadoras. El órgano de administración, si lo considera necesario, podrá requerir un informe de la Tesorería General de la Seguridad Social sobre el número medio anual de personas trabajadoras.

7. ADSCRIPCIÓN DE MEDIOS PERSONALES

Habida cuenta de la naturaleza del contrato, basada fundamentalmente en la prestación de servicios de comunicación, diseño y generación de contenidos de eventos, la correcta ejecución de las prestaciones depende de forma directa de la disponibilidad efectiva de determinados recursos humanos con experiencia y capacitación adecuadas.

En consecuencia, y de conformidad con lo dispuesto en el artículo 76.2 de la LCSP, los perfiles profesionales mínimos descritos en el PPT tendrán la consideración de medios personales adscritos a la ejecución del contrato.

El adjudicatario deberá acreditar, con carácter previo al inicio efectivo de la prestación, la disponibilidad de dichos medios personales mediante la documentación justificativa correspondiente.

Asimismo, durante toda la vigencia del contrato deberá garantizar el mantenimiento de los perfiles adscritos o, en caso de sustitución por causas justificadas, su reemplazo por otros profesionales que acrediten una cualificación, experiencia y capacitación equivalentes o superiores, previa comunicación a MWCcapital.

La efectiva adscripción y mantenimiento de estos medios personales tendrá carácter de obligación esencial del contrato, pudiendo su incumplimiento dar lugar a la imposición de las penalidades que correspondan o, en los supuestos legalmente previstos, a la resolución contractual, de conformidad con la LCSP y con lo que se establezca en el PCAP

Medio de acreditación:

En la fase de licitación, se deberá presentar una declaración responsable (a incluir en el Sobre 1) comprometiéndose a adscribir estos medios personales en caso de resultar adjudicatario, en los términos previstos en el **Anexo I** a los pliegos.

Posteriormente, y una vez propuesto como adjudicatario, deberá acreditar el cumplimiento de este compromiso mediante la presentación de los currículums vitae, titulaciones académicas o profesionales y/o certificaciones acreditativas

correspondientes, a fin de verificar el cumplimiento de los requisitos de experiencia y capacitación previstos en el PPT. El nivel de inglés podrá ser acreditado a través de la presentación de una declaración responsable por parte del contratista y/o con la entrega de certificados oficiales.

El dimensionamiento del equipo y los requisitos de experiencia exigidos se consideran proporcionados y coherentes con la complejidad técnica y organizativa del contrato, y no comportan restricciones injustificadas a la concurrencia.

NOTA: Este compromiso tendrá la consideración de obligación esencial del contrato, conforme al artículo 211 de la LCSP, y su incumplimiento podrá dar lugar a penalidades o resolución contractual, según lo previsto en los pliegos.

NOTA: La declaración responsable de adscripción de medios personales NO deberá ir acompañada de los CVs donde se describa la experiencia de los perfiles adscritos ni de sus títulos académicos y/o profesionales, siendo necesario únicamente acreditarse mediante la documentación oportuna por el licitador propuesto como adjudicatario y, en todo caso, cumplirse en el momento del inicio de ejecución del contrato, y no antes, y mantenerse durante dicha ejecución.

Asimismo, 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.

8. 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**.

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

NOTA: De conformidad con el artículo 146.3 Ley de Contratos, se establece un umbral mínimo de calidad técnica fijado en un 50% de la puntuación en base a los criterios de adjudicación ponderable en función de un juicio de valor. Por lo tanto, aquellas ofertas que no alcancen los 25 puntos en dichos criterios serán excluidas (y, en este sentido, ver 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 en su totalidad más de **ochenta (80) páginas (formato 16:9 en Power Point)**, sin contar la portada, contraportada y el índice, y deberá realizarse en tipo de **letra Arial tamaño mínimo 10**. En caso de superarse dicha extensión, únicamente serán objeto de valoración las primeras ochenta (80) páginas.

Se proponen los siguientes criterios de adjudicación atendiendo a la especial relevancia de este contrato de servicios para el desarrollo de una de las áreas estratégicas de MWCcapital: el impulso del Talento Digital. Por ello, resulta indispensable garantizar un alto grado de calidad en su ejecución, o que exige que las ofertas presentadas permitan valorar no solo aspectos técnicos formales, sino también elementos cualitativos esenciales vinculados a la organización, planificación y capacidad de repuesta del licitador.

ADVERTENCIA GENERAL SOBRE DOCUMENTACIÓN EXCLUIDA DEL SOBRE 2:

Con el fin de garantizar el cumplimiento de los principios de transparencia, igualdad de trato y separación de criterios previstos en la LCSP, no deberá incluirse en el Sobre 2 (propuesta técnica evaluable mediante juicio de valor) ninguna información relativa a criterios evaluables automáticamente previstos en el apartado 8.2.

En particular, no deberá incluirse información relativa a:

- el compromiso relativo al plazo de presentación del informe intermedio;
- compromiso con la gestión sostenible;
- experiencia y conocimientos específicos vinculados al objeto del contrato;
- ni cualquier otro elemento sujeto a valoración automática.

Estos elementos deberán incluirse exclusivamente en el Sobre 3, mediante las declaraciones responsables y documentación acreditativa que correspondan.

La inclusión en el Sobre 2 de información correspondiente a criterios automáticos podrá comportar la no valoración del criterio afectado o, en los supuestos legalmente procedentes, la exclusión de la oferta, conforme a lo previsto en el PCAP y en la normativa de contratación pública aplicable.

8.1.1. Propuesta de Campaña Creativa (hasta un máximo de 20 puntos)

Los licitadores deberán presentar una propuesta de **Campaña Creativa** para Talent Arena 2027 basada en la evolución del territorio creativo de la edición 2026 “Enter the Hive”, que incluya arte gráfico, *copy* y declinaciones de acuerdo con lo indicado en el apartado 3.1 del PPT.

El concepto visual de la Campaña Creativa deberá plasmarse en una imagen gráfica que refleje la identidad visual propuesta, incluyendo elementos gráficos, tipografías, colores y cualquier otro componente visual relevante. Además, deberá incluir una explicación creativa de la identificación del *insight* de campaña y la justificación sobre cómo se alinea con los objetivos de comunicación y el público objetivo descrito.

La propuesta de Campaña Creativa deberá incluir, como mínimo:

1. Evolución conceptual y narrativa del territorio creativo "Enter the Hive";
2. Creatividad visual única y reconocible para la comunicación en canales *online* y *offline*;
3. Propuesta de evolución de la identidad verbal y visual;
4. Ejemplificación coherente de la identidad visual de la marca y su evolución, en su caso, para dar cobertura a los canales planteados en campaña;
5. Propuesta de integración de la propuesta de valor profesional y XPRO dentro del sistema creativo;
6. Producción de un video de 15-20 segundos de presentación institucional de la campaña gráfica de la edición 2027 en formato horizontal.

Y deberá tener en cuenta los siguientes *outputs*:

- Propuesta de evolución de campaña creativa: Documento detallado que contenga la propuesta de Campaña Creativa, explorando una o dos vías conceptuales, y que permita identificar la mejor solución creativa para representar los valores y objetivos de Talent Arena, adaptándolo a un público profesional.

Las propuestas deberán estar firmadas por Talent Arena bajo el *tagline* “*Where Digital Talent Meets*” y deberán incluir los logos de los impulsores del Evento.

- Desarrollo de un concepto creativo global que será el *claim* de campaña: Definir un concepto creativo global que sirva como paraguas para toda la campaña, y que sea comprensible, fácil de recordar, capaz de unificar todas las acciones de comunicación, tanto *online* como *offline* y flexible para su adaptación a diferentes formatos y plataformas.

Se deberán incluir ejemplos de aplicación de la campaña en formatos *online* y *offline*, proporcionando una visión clara y concreta de la implementación del concepto creativo.

- Evolución del estilo visual: Mantener la esencia única y reconocible del territorio creativo asociado a Talent Arena (valores de innovación, comunidad y tecnología humanizada que definen el Evento), así como un estilo visual distintivo para la campaña gráfica que permita afianzar la imagen e identidad global de la marca alineada con conceptos como la inteligencia colectiva, las conexiones de valor, la colaboración entre profesionales, el aprendizaje continuo, los equipos tecnológicos, el *networking* útil y la dimensión internacional del ecosistema digital.

Este estilo deberá ser coherente y fácilmente identificable, reforzando la personalidad de Talent Arena en todos los canales de comunicación.

- Formalización de la campaña a nivel visual y verbal: Definir cómo se va a materializar la campaña en términos visuales y verbales, incluyendo la creación de ejemplos de la bajada gráfica de la campaña en diferentes soportes digitales y físicos, y asegurando que todos los elementos de la campaña están alineados con el concepto creativo global.

Esta definición deberá ser capaz de idear acciones de comunicación complementarias, generar impacto orgánico en redes sociales, adaptarse a formatos digitales y físicos, y mostrar el tono fresco, aspiracional y *human-tech* que caracteriza a Talent Arena.

En particular, se evaluarán los siguientes aspectos:

a. Comprensión estratégica y evolución del territorio creativo (hasta 6 puntos)

Se valorará la correcta comprensión del posicionamiento de Talent Arena y de la evolución del concepto creativo actual “Enter the Hive”, el mantenimiento coherente del universo de marca y la aportación de una evolución relevante y alineada con los objetivos de la edición 2027.

b. Calidad visual, diferenciación y potencial visual de la propuesta gráfica (Hasta 6 puntos)

Se valorará la capacidad del licitador de evolucionar la propuesta gráfica existente, así como su capacidad de aportar un valor diferencial, una riqueza visual, una personalidad propia y una estética reconocible, coherente con el ecosistema Talent Arena.

c. Narrativa y *storytelling* (Hasta 4 puntos)

Se valorará el desarrollo de un relato sólido que conecte con el público y la articulación de mensajes claros y potentes derivados de todos los elementos de campaña

d. Versatilidad y potencial en múltiples formatos (hasta 4 puntos):

Se valorará la capacidad de aplicación efectiva y coherente de la propuesta en diferentes soportes y canales.

Para ello, la propuesta deberá incluir la producción de un video de 15-20 segundos de presentación institucional de la campaña gráfica de la edición 2027 en formato horizontal pensando para su reproducción en el acto de presentación del Evento.

**8.1.2. Plan de Comunicación, acciones de ampliación de territorio de marca y *engagement* con comunidad tech team
(hasta un máximo de 26 puntos)**

a) Acciones del Plan de Comunicación (hasta un máximo de 13 puntos)

El licitador deberá presentar un **Plan de Comunicación** que incluya un plan de acciones para la estrategia de comunicación de Talent Arena 2027 capaz de reforzar el posicionamiento del Evento, incrementar su notoriedad y consolidar la comunidad profesional asociada al proyecto.

El plan deberá tener una narrativa coherente, alineada con la propuesta creativa y con el tono y valores de marca, contemplando el enfoque global de comunicación (*owned* y *earned media*) con una visión 360°, integrando todos los canales relevantes y priorizando la visibilidad, el alcance y la generación de comunidad con el público profesional.

La propuesta de Plan de Comunicación deberá incluir, como mínimo:

1. Estrategia general de comunicación adaptada a cada fase del proyecto (pre, durante y post-evento) así como al relato de Talent Arena y su posicionamiento;
2. Propuesta de canales, medios, formatos, acciones y contenidos multicanal (social media, medios, soportes digitales, etc.) alineados con un público profesional de más de 3 años de experiencia;
3. Definición de territorios de contenido, mensajes clave, tono y narrativa de comunicación adaptada a las distintas audiencias, incluyendo la propuesta de valor de Talent Arena y la modalidad de pago profesional XPRO;
4. Acciones para reforzar el *earned media* (relaciones públicas, medios, prescriptores, embajadores digitales, etc.).

En particular, se evaluarán los siguientes aspectos:

- a. **Coherencia estratégica con la propuesta creativa y segmentación** (hasta 5 puntos)

Se valorará la capacidad del Plan de Comunicación de articular eficazmente los mensajes y acciones en relación con el concepto creativo, el posicionamiento de Talent Arena y el público objetivo, para la obtención del mayor impacto posible

- b. **Contenidos y visión multicanal** (hasta 5 puntos)

Se valorará la presentación de una propuesta de contenidos completa y diferencial acorde a los objetivos del Plan de Comunicación, que incluya una estrategia de canales alineada, la combinación de medios propios y ganados y la capacidad de maximización del alcance y la notoriedad del Evento con una visión omnicanal.

c. Potencial de amplificación orgánica (hasta 3 puntos)

Se valorarán las propuestas que integran acciones que puedan ser objeto de viralización, activación de comunidades, medios o prescriptores, y que puedan también reforzar el impacto orgánico

b) Plan de *engagement* de comunidad (profesionales *tech team*) (hasta un máximo de 10 puntos)

El licitador deberá presentar una estrategia de soporte que apoye el **Plan de *engagement*** de MWCcapital y que incluya las estrategias, dinámicas y contenidos planteados para generar una participación activa de las audiencias objetivo antes del Evento, con especial foco en la comunidad profesional *tech*.

La estrategia de soporte del Plan de *engagement* deberá incluir, como mínimo:

1. Acciones concretas para incrementar la visibilidad del Evento y la activación y generación de comunidad profesional (redes sociales, plataformas, embajadores, etc.).
2. Identificación de empresas, marcas, comunidades y otros agentes del ecosistema tecnológico que actúen de colaboradoras de las acciones anteriormente identificadas.
3. Herramientas, indicadores (KPIs) y metodología de seguimiento del impacto y *engagement* generado.

En particular, se valorarán especialmente aquellas propuestas capaces de generar una relación continuada con la comunidad y de incrementar la participación y fidelización de los asistentes entre ediciones, y en concreto:

a. Identificación de públicos y activación de comunidades (hasta 4 puntos)

Se valorará el conocimiento profundo de los objetivos planteados y de la comunidad profesional, la identificación de los actores clave y la eficacia de la propuesta de acciones colaborativas para su activación e incremento de la notoriedad de marca.

b. Diversidad y creatividad en las acciones de *engagement* (hasta 4 puntos)

Se valorará la originalidad, relevancia y adaptación a los objetivos definidos de las propuestas que consigan potenciar la dimensión experiencial y emocional de tracción del Evento así como el mantenimiento de la comunidad.

c. Viabilidad y encaje estratégico de las acciones (hasta 2 puntos)

Se valorará la viabilidad de implementación de las acciones propuestas, atendiendo su complejidad, los recursos requeridos, el calendario de ejecución y la alineación con los principales hitos de comunicación y activación de Talent Arena, así como la garantía de equilibrio entre ambición creativa e implementación efectiva.

c) Estrategia de soporte a la captación mediante medios pagados (hasta un máximo de 3 puntos)

El licitador deberá presentar una propuesta de **acciones de captación** mediante medios pagados que refuerce y complemente la estrategia de captación del Evento, y orientada a atraer y convertir al público objetivo profesional, con especial foco en las zonas XPRO.

La estrategia de soporte deberá incluir, como mínimo:

1. Acciones concretas de captación dirigidas a empresas, entidades y profesionales senior hacia las zonas XPRO del Evento teniendo en cuenta sus particularidades, canales de activación más adecuados y propuestas de valor diferenciadas, e incluyendo acciones de valor añadido que refuercen su participación.
2. Identificación de canales, plataformas y redes estratégicas que faciliten el acceso directo al público profesional.
3. Herramientas y materiales de apoyo a la captación (kits de difusión, materiales personalizables, contenidos promocionales, etc.).
4. Estrategia de activación y conversión de *leads* generados a través de las distintas acciones de marketing y comunicación.

En particular, se valorarán los siguientes extremos:

a. Capacidad para movilizar públicos cualificados mediante acciones en canales de pago hacia las zonas XPRO (hasta 2 puntos)

Se valorará las acciones propuestas concretas, eficaces, adecuadas al público profesional y coherentes con la captación en zonas XPRO.

b. Creatividad y enfoque personalizado en las acciones (hasta 1 punto)

Se valorará la originalidad, capacidad de conexión con los públicos y personalización de los mensajes o formatos de las acciones presentadas.

**8.1.3. Gestión del proyecto
(hasta un máximo de 4 puntos)**

Los licitadores deberán presentar una **propuesta de gestión** que asegure el correcto desarrollo y ejecución del proyecto y demuestre una planificación realista, una estructura organizativa sólida y una estrategia de seguimiento eficaz.

La propuesta de gestión deberá incluir, como mínimo:

1. Organigrama funcional del equipo, con identificación de perfiles, funciones y dedicación.
2. Planificación temporal del proyecto con fases, hitos y entregables.
3. Mecanismos de seguimiento, control de calidad y gestión de riesgos.

En particular, se valorarán los siguientes extremos:

a. Propuesta de organigrama del equipo (hasta 2 puntos)

Se valorará la definición clara de los perfiles implicados, su vinculación con las tareas específicas del proyecto, así como la coherencia entre la estructura propuesta y la envergadura del encargo.

b. Propuesta de planificación y cronograma de trabajo (hasta 2 puntos)

Se valorará la estructuración realista de las fases de trabajo, identificación de hitos relevantes, tiempos de ejecución y coordinación entre equipos, con especial atención a los períodos críticos y a la optimización del calendario global

Se informa que los aspectos de valoración de la claridad, coherencia y viabilidad de la propuesta se entenderán integrados en los subcriterios anteriores.

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

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

8.2.1. Oferta económica (hasta un máximo de 25 puntos)

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

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

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.

8.2.2. Otros criterios automáticos (hasta un máximo de 25 puntos)

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

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

Conforme el artículo 145 de la LCSP, se valorarán los siguientes criterios que permiten adjudicar el contrato a la oferta que presente una mejor relación calidad-precio:

a) Compromiso con la gestión sostenible
(hasta un máximo de 5 puntos)

Conforme al artículo 145 de la LCSP, se valorarán criterios que permitan adjudicar el contrato a la oferta que presente una mejor relación calidad-precio, incluyendo aspectos medioambientales y sociales vinculados al objeto del contrato.

En coherencia con los valores estratégicos de MWCcapital, orientada a promover una transformación digital sostenible, se valorará que los licitadores acrediten su compromiso con la sostenibilidad en la prestación de servicios de comunicación, diseño y generación de contenidos asociados al Evento.

MWCcapital entiende la sostenibilidad como un concepto transversal, es decir, como base y principio de cualquier actuación que pueda realizar y, por tanto, también aplicable a los servicios de comunicación y marketing, para convertirse en un referente en la transformación tecnológica, convertirse en un polo de talento digital y crear y divulgar conocimiento.

A estos efectos, se considerará la adopción de prácticas sostenibles en la producción de contenidos, tales como la optimización del uso de recursos, la reducción del impacto ambiental de los materiales de comunicación, la promoción de formatos digitales frente a soportes físicos cuando sea posible, así como la incorporación de principios de accesibilidad, inclusión y responsabilidad social en los contenidos generados.

Por todo ello, se otorgará una puntuación de hasta cinco (5) puntos, acumulables entre los apartados, conforme a la siguiente escala:

- Sostenibilidad ambiental (3 puntos):

Se otorgarán tres (3) puntos cuando el licitador acredite la posesión de certificaciones específicas vinculadas a la sostenibilidad en eventos, comunicación o producción de contenidos (ej. ISO 14001, EventSost, Biosphere, o equivalentes), o certificaciones que garanticen un alto estándar en la gestión sostenible aplicable al objeto del contrato.

- Responsabilidad social corporativa (2 puntos):

Se otorgarán dos (2) puntos cuando el licitador acredite la posesión de certificaciones corporativas generales en sostenibilidad o responsabilidad social (ej. B-Corp, EMAS o equivalentes).

- Se otorgarán cero (0) puntos cuando el licitador no acredite la posesión de certificaciones específicas vinculadas a la sostenibilidad ambiental o responsabilidad social corporativa.

Medio de acreditación: Declaración responsable en el Sobre 3, acompañada necesariamente del certificado o documento oficial correspondiente, debiendo en todo caso estar vigentes en la fecha de presentación de ofertas.

La falta de aportación de dicha documentación mínima obligatoria podrá comportar la no valoración del criterio correspondiente, sin perjuicio de las facultades de aclaración o subsanación previstas legalmente y siempre que éstas no supongan una modificación material de la oferta presentada.

NOTA: En la propuesta técnica incluida en el Sobre 2 no deberá hacerse ninguna referencia a esta/s certificación/es, dado que su acreditación es objeto de valoración mediante criterios objetivos o evaluables de forma automática en el Sobre 3.

b) Compromiso mejora plazo de entrega Informe intermedio
(hasta un máximo de 5 puntos)

Se valorará el compromiso del licitador en relación con la anticipación del informe intermedio previsto en el apartado 8 del PPT, que incluirá tanto los resultados de comunicación y difusión, valoraciones de KPIs y métricas de impacto.

Escala de puntuación:

- Se otorgarán cinco (5) puntos cuando el licitador se comprometa a entregar el informe intermedio en un plazo máximo de cinco (5) días hábiles tras la finalización del Evento.
- Se otorgarán tres (3) puntos cuando se comprometa a entregar el informe en un plazo máximo de diez (10) días hábiles tras la finalización del Evento.
- Se otorgarán cero (0) puntos cuando no exista compromiso alguno de mejora en el plazo de entrega.

Medio de acreditación: Declaración responsable donde se asuma el compromiso de presentar el informe de cierre y mejoras en la gestión del Evento, que deberá incluirse en el Sobre 3.

NOTA: Este compromiso sustituirá al plazo ordinario de quince (15) días hábiles tras la finalización del Evento, esto es, el 24 de marzo de 2027, y será vinculante contractualmente para el adjudicatario.

c) Experiencia y conocimientos específicos vinculados al objeto del contrato
(hasta un máximo de 15 puntos)

Con el fin de garantizar la calidad técnica y la adecuación del servicio a la naturaleza y complejidad del evento Talent Arena, se valorará la experiencia previa del licitador en la conceptualización, diseño y comunicación de eventos de gran escala que estén vinculados a alguno de los siguientes ámbitos temáticos, definidos por su relevancia en el contenido y objetivos estratégicos del Evento:

- a. TIC/Tecnológico/Científico
- b. Conocimiento/Formación/Estudios
- c. Innovación/Empresarial

Se otorgará hasta un máximo de quince (15) puntos a aquellos licitadores que acrediten tener experiencia previa y conocimientos específicos en la conceptualización, diseño y comunicación de eventos de gran escala relacionados con alguno de los ámbitos referidos.

En este sentido, la puntuación se asignará en función de la siguiente tabla:

Experiencia y conocimientos específicos	Puntuación
TIC/Tecnológico/Científico	5
Conocimiento/Formación/Estudios	5
Innovación/Empresarial	5

Las condiciones de valoración serán las siguientes:

- La experiencia deberá corresponder a servicios efectivamente ejecutados en los últimos cinco (5) años;
- Se valorará únicamente la experiencia directamente relacionada con eventos profesionales, comunicación y generación de contenidos y características comparables al objeto del contrato;

- Una misma experiencia podrá ser valorada en varios ámbitos siempre que su vinculación quede debidamente justificada;
- No se valorarán experiencias utilizadas para acreditar la solvencia técnica, en su caso.

Medio de acreditación: Documentación acreditativa de su participación directa y relevante en la conceptualización, diseño o comunicación de eventos, correspondiente a los ámbitos que pretenda acreditar. A estos efectos, se deberá aportar, para cada ámbito, al menos una referencia de contrato o proyecto ejecutado, en la que se haya participado de forma directa en tareas relacionadas con el objeto del presente contrato.

La documentación presentada deberá permitir verificar, como mínimo, la entidad contratante o cliente, el objeto del servicio, el alcance de la participación y la fecha de ejecución, y serán válidos, entre otros, los certificados de buena ejecución, contratos formalizados, informes de actividad, certificaciones o cartas de clientes o cualquier otro documento de contenido análogo.

NOTA: Toda la documentación justificativa deberá incluirse en el Sobre 3. No se admitirá como acreditación una mera declaración responsable sin respaldo documental verificable ni se solicitarán enmiendas, para su aportación, tras la apertura del Sobre 3.

9. BAJAS PRESUNTAMENTE ANORMALES O CASOS DE EMPATE

9.1. Ofertas con valores anormalmente bajos

De conformidad con lo dispuesto en 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 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 estas situaciones, el órgano de contratación dará 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, en el marco del citado trámite, se excluirán aquellas ofertas consideradas anormalmente bajas si se acredita que los salarios tenidos en cuenta para su cálculo son inferiores a los establecidos en el convenio colectivo de aplicación, o si no se justifican suficientemente en relación con la prestación objeto del contrato.

9.2. Criterios 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.

10. SUBCONTRATACIÓN

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

En ningún caso podrá subcontratarse la totalidad del contrato, y el porcentaje máximo de subcontratación no podrá superar el 60 % del importe de adjudicación, salvo que se justifique adecuadamente en la oferta y se autorice expresamente en la resolución de adjudicación.

De conformidad con lo dispuesto en el artículo 215.2 de la LCSP, se consideran

prestaciones críticas aquellas que inciden directamente en la definición estratégica, la gestión, coordinación e interlocución del contrato, por lo que deberán ser ejecutadas directamente por el adjudicatario.

En particular, no podrán ser objeto de subcontratación las siguientes funciones:

- La gestión y coordinación del servicio y la interlocución con el responsable de MWCcapital, a efectos de coordinar el desarrollo de los trabajos y la gestión del contrato.
- La impartición de las instrucciones oportunas al personal adscrito al servicio, con la periodicidad diaria y según las necesidades del servicio, así como la participación activa en el desarrollo del mismo.

La consideración de estas funciones como tareas críticas se justifica en la necesidad de garantizar la responsabilidad directa del adjudicatario en los aspectos nucleares de gestión y coordinación del servicio, asegurar una interlocución directa y efectiva con MWCcapital y preservar la correcta ejecución del contrato.

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

11. MESA DE CONTRATACIÓN

La mesa estará constituida por:

- Presidente: **Jordi Arrufí**, Chief of Digital Talent de MWCcapital; 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 quien delegue;
- Vocal técnico 1: **Marcos Morcate**, Head of Marketing de MWCcapital, o persona en quien delegue.
- Vocal técnico 2: **Alba Ruiz**, Marketing Coordinator; 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 15 de junio de 2026



Jordi Arrufí
Chief of Digital Talent
Fundació Barcelona Mobile World Capital Foundation