



**PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS RELATIVO A LA CONTRATACIÓN
DE UN SERVICIO DE CONCEPTUALIZACIÓN DEL PLAN DE MEDIOS,
CAPTACIÓN Y COMPRA DE ESPACIO PUBLICITARIO PARA EL EVENTO
TALENT ARENA 2027 IMPULSADO POR FUNDACIÓ BARCELONA MOBILE
WORLD CAPITAL FOUNDATION**

Exp. A/F202617/S

PLIEGO DE PRESCRIPCIONES TÉCNICAS

Exp. A/F202617/S

El presente Pliego de Prescripciones Técnicas (en adelante, el “PPT”) tiene por objeto definir el alcance, requisitos y condiciones técnicas que regirán la prestación del servicio objeto de la presente licitación.

Este documento forma parte integrante del expediente de contratación y tendrá carácter vinculante para el contratista durante toda la vigencia del contrato. Su contenido establece las prescripciones técnicas mínimas que deberán cumplirse en la ejecución de la prestación, así como, en su caso, los requisitos funcionales, operativos, organizativos y de calidad exigibles para la correcta consecución de los objetivos perseguidos por Fundació Barcelona Mobile World Capital Foundation (en adelante “MWCcapital” o la “Fundación”, indistintamente).

A título enunciativo, este pliego incluye, entre otros aspectos:

- La descripción técnica del objeto del contrato.
- La planificación estratégica del plan de medios digital y *offline*.
- La ejecución de campañas de *paid media*, incluyendo SEO, SEM e *influencer marketing*.
- La gestión y compra de espacios publicitarios en medios y soportes diversos.
- La creación y adaptación de contenidos gráficos y audiovisuales.
- El seguimiento, análisis y optimización de resultados.
- El asesoramiento continuo a MWCcapital.
- La coordinación operativa con el equipo de marketing y la validación de creatividades.
- Los perfiles profesionales mínimos exigidos.
- Las condiciones relativas a la propiedad intelectual, confidencialidad, protección de datos y lugar de prestación del servicio.

El contenido del presente pliego debe interpretarse de forma coordinada con el resto de la documentación del expediente, en particular con el Pliego de Cláusulas Administrativas Particulares (PCAP) y el Informe de Necesidad (IN), prevaleciendo en caso de discrepancia lo dispuesto en este último respecto de la justificación de la necesidad del contrato.

1. OBJETO DEL CONTRATO

El objeto del contrato consiste en la prestación de un servicio especializado de conceptualización y planificación estratégica de medios, captación de audiencias,

compra de espacios publicitarios, así como de gestión, seguimiento, ejecución y optimización de campañas publicitarias asociadas al evento Talent Arena 2027, impulsado por MWCcapital. (en adelante, el “Evento”).

Este plan forma parte de una estrategia omnicanal global liderada por MWCcapital para el evento Talent Arena 2027 que comprende el período desde su formalización contractual hasta abril de 2027.

La prestación incluirá, como mínimo, los siguientes bloques funcionales:

- Planificación, gestión y optimización del plan de medios y la campaña de captación en colaboración con MWCcapital, así como el asesoramiento y la consultoría relativa a incrementar y cualificar las inscripciones en el Evento. Puede incluir mejoras en los mensajes de comunicación, formatos de las piezas de comunicación, formulario de inscripción, generación de *landing pages* de campaña, entre otros. Este objetivo está asociado al “Servicio de planificación, gestión y optimización del plan de medios, que incluye el servicio de asesoramiento a MWCcapital” definido en el IN.
- Producción, adaptación de materiales de comunicación y creación de piezas de comunicación asociadas al plan de medios correspondiente al servicio de “Producción, adaptación de materiales de comunicación y creación de piezas asociadas al plan de medios” detallado en el informe de necesidad.
- Compra de medios de comunicación que corresponde al “Importe neto de inversión publicitaria en canal para Talent Arena 2027” detallado en IN.

Las líneas generales de actuación serán marcadas por la dirección de MWCcapital, a través del área de marketing y comunicación. Así, todos los servicios asociados a la presente licitación serán prestados bajo la supervisión y control de la persona designada por MWCcapital.

Quedan expresamente excluidas del objeto del contrato las siguientes prestaciones:

- Diseño de la identidad visual o evolución de la marca Talent Arena: La identidad corporativa, la línea creativa de la campaña y los activos gráficos necesarios serán facilitados por MWCcapital.
- Diseño y producción de materiales, soportes o elementos destinados al espacio físico del Evento para el *onsite*.

- Gestión integral de los canales orgánicos de Talent Arena y creación del plan de contenidos editorial: La planificación, gestión, optimización y seguimiento de campañas *paid media*, tanto en canales digitales como, en su caso, en soportes *offline* contemplados dentro del plan de medios, sí que forman parte del objeto del contrato.
- Acciones de relaciones públicas y gabinete de prensa.

A continuación, se detallan una serie de condiciones vinculadas al objeto del contrato que permiten acotar su alcance y que deberán ser tenidas en cuenta por los licitadores en la elaboración de sus propuestas, al incidir directamente en la planificación, ejecución y coordinación del servicio.

1.1 Alcance temporal y periodo de ejecución

El Evento se celebrará entre el 1 y 3 de marzo de 2027, ambos inclusive, en los términos y condiciones previstos en este pliego.

No obstante, se prevé la realización de actividades previas y posteriores al mismo que resultan necesarias para su correcta implementación, abarcando la planificación, preparación, ejecución, optimización y cierre de la campaña de captación de Talent Arena 2027.

La ejecución del contrato se estructurará, con carácter general, en las siguientes fases:

- **Fase de planificación estratégica**, definición del plan de medios, segmentación de audiencias, previsión presupuestaria y preparación de materiales.
- **Fase de lanzamiento y notoriedad**, coincidiendo con la apertura de la convocatoria del Evento y el inicio de las campañas de visibilidad.
- **Fase de captación y optimización**, centrada en la ejecución, seguimiento y optimización continua de las campañas hasta la celebración del Evento.
- **Fase de cierre y análisis**, destinada a la evaluación de resultados, elaboración del informe final y extracción de aprendizajes.

Durante la ejecución del contrato el contratista deberá elaborar y entregar, al menos, la siguiente documentación:

- Plan de medios y estrategia de captación.
- Planificación presupuestaria y previsión de inversión por canales.
- Informes periódicos de seguimiento, optimización y resultados.
- Informe final de campaña con análisis de resultados, KPIs, conclusiones y recomendaciones para futuras ediciones.
- Cualquier otro informe y/o entregable descrito en el apartado 8 del presente pliego.

1.2 Colaboración con otros agentes

El contratista deberá colaborar activamente con todos los equipos, entidades, proveedores, subcontratistas o colaboradores que MWCcapital designe para tareas relacionadas con el objeto del contrato. Esta colaboración garantizará la coordinación técnica, el intercambio de información, el acceso a documentación y la compatibilidad funcional y visual de las acciones que se desarrollen conjuntamente.

Asimismo, el contratista deberá respetar los calendarios compartidos, normas técnicas, protocolos de producción y cualquier instrucción operativa que MWCcapital comunique para garantizar la coherencia y unidad de actuación en el conjunto del proyecto.

En caso de conflicto entre instrucciones operativas emitidas por distintos agentes vinculados al Evento, prevalecerán en todo caso las instrucciones y criterios comunicados por MWCcapital o por la persona responsable del contrato designada por la Fundación.

2. CARACTERÍSTICAS Y DESCRIPCIÓN DE LA PRESTACIÓN

Sin perjuicio de los términos en que los licitadores formulen sus propuestas y las adaptaciones operativas que MWCcapital pueda requerir durante la ejecución del contrato, se indican a continuación las directrices básicas que deberá cumplir el contratista, enmarcadas en la naturaleza, objetivos y alcance funcional del servicio objeto de licitación.

2.1 Relato y concepto principal del Evento

Bajo el *tagline* "*Where Digital Talent Meets*", Talent Arena se posiciona como el principal punto de encuentro internacional para el talento digital, las empresas tecnológicas y el ecosistema innovador, articulando una propuesta de valor basada en la conexión entre profesionales, el intercambio de conocimiento, la innovación y el desarrollo de oportunidades profesionales.

A través de esta propuesta, el Evento contribuye al posicionamiento de Barcelona como uno de los principales polos internacionales de atracción, desarrollo y proyección del talento digital.

Talent Arena, impulsado por MWCcapital en colaboración con GSMA, el Ministerio para la Transformación Digital y de la Función Pública, la Generalitat de Catalunya y el Ayuntamiento de Barcelona, combina estratégicamente los formatos de feria, congreso y espectáculo en vivo. Su diseño conceptual y su propuesta experiencial y narrativa persiguen generar un entorno inmersivo para los asistentes, alejándose de los modelos tradicionales y promoviendo la inspiración, la interacción profesional y la vivencia tecnológica de alto impacto.

El Evento se concibe como un espacio de exhibición, competición e inspiración, donde la creatividad, la innovación y el conocimiento se proyectan como una experiencia compartida de alto valor para participantes, empresas e instituciones.

2.2 Plan de medios para Talent Arena 2027

El contratista deberá conceptualizar, planificar, ejecutar y optimizar el plan de medios de Talent Arena 2027, incluyendo la estrategia de captación de audiencias, la compra de espacios publicitarios y la monitorización continua del rendimiento de campañas.

El plan deberá contribuir al cumplimiento de los objetivos estratégicos del Evento, reforzando su posicionamiento internacional como punto de encuentro de referencia para el talento digital y favoreciendo la captación de asistentes, participantes, empresas colaboradoras y otros públicos de interés.

La estrategia deberá cubrir de forma integrada las distintas fases del embudo de captación, incluyendo acciones de notoriedad (*awareness*), consideración, registro y conversión, desde el lanzamiento de la campaña hasta la celebración del Evento y su cierre, aproximadamente entre octubre de 2026 y abril de 2027.

La planificación de medios deberá desarrollarse de forma coherente con el relato, identidad visual, posicionamiento de marca y propuesta de valor de Talent Arena, garantizando la consistencia de los mensajes en todos los canales y soportes utilizados.

Asimismo, el contratista deberá adaptar la estrategia a los distintos segmentos de audiencia identificados por MWCcapital, optimizando la inversión publicitaria para maximizar el alcance cualificado, la generación de registros y la asistencia efectiva al Evento.

2.3 Consideraciones generales

A continuación, se detallan algunas de las consideraciones que el contratista deberá tener en cuenta en el desarrollo del plan de medios 2027:

2.3.1 Económicas

- Todos los costes derivados del plan de captación, incluyendo las campañas de *paid media*, estarán incluidos en precio de adjudicación.

Teniendo en cuenta que el valor estimado del contrato es de CIENTO CUARENTA MIL EUROS (140.000,00.-€) será requisito indispensable que la inversión mínima en canal sea de un total de CIENTO CINCO MIL EUROS (105.000,00.-€), antes de IVA, que corresponde a un 75% del presupuesto total a distribuir de la manera más eficiente para la consecución de los objetivos del plan de medios.

- Hasta un 4,2% del valor estimado del contrato, que equivale a SEIS MIL EUROS (6.000,00.-€), se establece como retribución variable vinculado a la consecución de los objetivos de conversión de profesionales digitales con entrada XPRO (definidos más adelante) para los canales vinculados a performance a través de la siguiente escala gradual:

OBJETIVO DE CONVERSIÓN	RETRIBUCIÓN VARIABLE (*)
De 6.001 a 9.000 <i>leads</i>	1.200,00.-€ (20%)
De 9.001 a 12.000 <i>leads</i>	1.800,00.-€ (30%)
Más de 15.001 <i>leads</i>	3.000,00.-€ (50%)
TOTAL: 6.000,00.-€	

(*) Del total de 6.000,00.-€ asociado al sistema de retribución variable vinculado a la consecución de objetivos de conversión del Evento.

Este sistema de retribución variable premiará al contratista por la captación de registros una vez superado el objetivo mínimo de *leads* cuantificado en 6.000 *leads* profesionales que se solicita y que está vinculado al servicio transversal de planificación, gestión y optimización del plan de medios de Talent Arena 2027.

Asimismo, el contratista debe garantizar la calidad de los *leads* captados teniendo en cuenta la definición del público objetivo detallada más adelante en este documento.

- El valor restante del contrato, que equivale al 21% de su valor estimado, incluye (a) el servicio de planificación, gestión y optimización del plan de medios, así como el servicio de asesoramiento a MWCcapital mediante la propuesta de acciones y mejoras que mejoren los indicadores de registro al Evento; y (b) la producción gráfica, adaptación de los materiales de comunicación orgánicos a los canales y soportes publicitarios escogidos en el plan de medios, y el desarrollo de copias asociados a las campañas publicitarias.

2.3.2 Relativas al Evento

Se detallan las características de la edición 2027 e información clave que impactará en la propuesta de valor y en la estrategia de captación.

- Evento de modelo de público mixto: Talent Arena 2027 consolida un modelo de acceso mixto, que combina una modalidad de pago dirigida al público profesional (entrada XPRO) y zonas de acceso gratuitas, orientadas tanto a profesionales cualificados como a perfiles con menor experiencia laboral.
- Carácter de evento profesional (Público XPRO): Talent Arena 2027 se consolidará como una plataforma de talento activa durante todo el año en el que se organiza un evento de carácter profesional, orientado a desarrolladores con experiencia en el sector tecnológico, con proyección nacional e internacional. En esta edición, el enfoque principal estará puesto en cualificar la asistencia de perfiles profesional con una trayectoria consolidada y aumentar la recurrencia de los asistentes al evento, para lo cual se establecerán espacios de acceso restringido a profesionales XPRO mediante la adquisición de entradas específicas de pago con un precio de 199,00.-€.
- Espacios para el público general: Con el objetivo de mantener el carácter abierto del Evento, una parte de los contenidos serán accesibles a la audiencia general quien tendrá acceso libre al recinto previo registro. El espacio abierto al público general reunirá los principales contenidos abiertos del Evento, como conferencias, demostraciones, experiencias interactivas, actuaciones y actividades divulgativas.
- Tipología de asistentes: El público de Talent Arena está compuesto principalmente por profesionales seniors del ámbito tecnológico, con más de tres años de experiencia y formación especializada en disciplinas TIC, interesados en conectar con el ecosistema, actualizar conocimientos, y explorar oportunidades de colaboración e innovación. Además, el Evento

contempla la participación de empresas TIC y centros de formación como actores clave en la dinamización del sector, así como la asistencia de perfiles juniors o *entry-level* en su zona de acceso gratuito. Más adelante en el documento se detallarán las características y particularidades de cada uno de estos perfiles y su relevancia en el plan de medios.

- Idioma principal del Evento: El Evento se desarrollará principalmente en inglés, siendo el idioma vehicular tanto del Evento en sí como de las comunicaciones, teniendo en cuenta que alrededor del 40% de los asistentes son internacionales. Asimismo, algún contenido puede desarrollarse puntualmente en castellano y/o catalán y la página web del estará disponible en tres idiomas: inglés, castellano y catalán.
- Verticales de contenido: El Evento tratará seis (6) temáticas concretas que impactarán en los contenidos y actividades que se desarrollen, en concreto: desarrollo de software, inteligencia artificial, computación en la nube, ciberseguridad, tendencias futuras y gestión de equipos.

3. DEFINICIÓN DEL CONTENIDO DE LA PRESTACIÓN

A continuación, se detallan los trabajos que deberá realizar el contratista en el desarrollo de los tres (3) bloques funcionales definidos en el apartado 1 (“Objeto del contrato”). Dichos trabajos comprenden la conceptualización y planificación estratégica de medios, captación de audiencias, compra de espacios publicitarios, así como de gestión, seguimiento, ejecución y optimización de campañas publicitarias asociadas a Talent Arena 2027, todo ello de conformidad a las condiciones establecidas en el presente pliego.

El contenido concreto de cada bloque se describe en los subapartados siguientes, en los que se definen las actividades vinculadas a la planificación y compra de medios, la gestión y optimización de campañas de captación, la activación de estrategias de *influencer marketing* y el asesoramiento técnico en materia de comunicación, promoción y *ticketing*.

Todas estas actuaciones a maximizar la captación de asistentes cualificados, incrementar la notoriedad y visibilidad del Evento y reforzar su posicionamiento como el principal encuentro europeo de referencia en el ámbito del talento digital.

3.1 Objetivos del plan de medios y campaña de captación

El plan de medios y campaña de captación debe identificar aquellos canales de comunicación *online* y *offline* más idóneos para la consecución de los siguientes objetivos:

- Mantener y reforzar el posicionamiento de marca de Talent Arena como principal evento europeo de referencia para el talento digital, priorizando la captación de perfiles cualificados alineados con la propuesta de valor profesional del Evento y evitando estrategias orientadas exclusivamente al incremento del volumen de registros.
- Incrementar la tasa de conversión a XPRO mediante estrategias de medios orientadas a la atracción de perfiles digitales con experiencia, consiguiendo que, del total de los 45.000 *leads* esperados al evento, un 33% corresponda a perfiles profesionales con entrada XPRO (15.000 *leads*) y, el 66% restante a perfiles con entrada GENERAL (30.000 *leads*).

A los efectos del presente contrato, se considerarán como *leads* cualificados aquellos registros alineados con los perfiles profesionales objetivo definidos en el apartado 2.4.2, en concreto a los correspondientes a “*Profesionales digitales cualificados (PRO) del sector TIC*”.

- Fomentar la asistencia recurrente y participación multijornada de los profesionales digitales mediante estrategias de comunicación secuencial, *loyalty* y remarketing, orientadas a maximizar el aprovechamiento de la experiencia y favorecer la participación durante más de una jornada.
- Afianzar la captación de profesionales pertenecientes a distintas especialidades del ámbito TIC, incluyendo, entre otras, desarrollo de software, ciberseguridad, inteligencia artificial, *cloud computing* y *big data*, entre otros).
- Priorizar la captación de profesionales del área metropolitana de Barcelona para maximizar la participación local, pudiendo complementarse con acciones específicas en otros mercados estratégicos nacionales, especialmente Madrid y Valencia, con el objetivo de atraer profesionales de estas ciudades y aumentar la diversidad geográfica de los asistentes.
- Incrementar la notoriedad y visibilidad de Talent Arena mediante acciones de comunicación dirigidas a poner en valor la participación de entidades colaboradoras, ponentes de referencia, empresas expositoras, actividades

experienciales y contenidos programados, reforzando la propuesta de valor diferencial del Evento para cada segmento de audiencia.

- Proporcionar asesoramiento estratégico y consultoría continuada a MWCcapital en materia de captación, cualificación y conversión de registros, incluyendo recomendaciones sobre segmentación de audiencias, mensajes, creatividades, canales de adquisición, planificación de campañas, procesos de registro y estrategias de *ticketing*, con el objetivo de maximizar la eficiencia de la inversión y optimizar el rendimiento global del embudo de conversión.

La planificación y gestión de las campañas deberá incluir, cuando resulte necesario para la consecución de los objetivos definidos, acciones en medios generalistas (La Vanguardia, El País, El Periódico, El Mundo, etc.), y especializados en tecnología, gestión de recursos humanos, telecomunicaciones y otros medios o portales relevantes que garanticen una comunicación efectiva del Evento hacia el público objetivo.

La estrategia deberá integrar medios pagados, propios y ganados, así como formatos publicitarios y de contenidos tales como *branded content*, *brand day*, publicidad gráfica digital (*display*), campañas en buscadores, publicidad en redes sociales, acciones audiovisuales, colaboraciones con creadores de contenido, cuñas radiofónicas, publicidad exterior y cualquier otro formato que contribuya eficazmente a la consecución de los objetivos establecidos.

Asimismo, la estrategia de captación se deberá desarrollar desde una visión integral del embudo de conversión, combinando de forma coordinada acciones de notoriedad, consideración, captación y conversión, basados en criterios de segmentación, medición continua, optimización y eficiencia de la inversión.

3.2 Cronograma de la fase de registro y conversión al Evento

Periodo comprendido entre 19/10/2026 – 3/3/2027:

Fase de comunicación oficial del Evento coincidiendo con la organización de la rueda de prensa de la edición 2027 y la comunicación de los elementos diferenciales del mismo.

El asistente podrá registrarse a Talent Arena a través de la web y los mismos formularios que en la edición anterior.

Paralelamente a ambos periodos, se activará una estrategia de *e-mail marketing* centrada en la fase de lealtad del usuario (*loyalty*), con el objetivo de mantener el interés previo al Evento y minimizar el porcentaje de no asistencia (*no show*).

3.3 Requisitos mínimos del plan de medios y campaña de captación

a) Planificación, gestión y ejecución

El contratista será responsable de la planificación, gestión y ejecución de las acciones incluidas en el plan de captación, incluyendo la calendarización específica para cada uno de los canales seleccionados.

Para ello, deberá tener en cuenta que dispondrá de los siguientes canales oficiales de comunicación de Talent Arena de MWCcapital:

- Instagram: <https://www.instagram.com/talentarena.official>
- Tiktok: <https://www.tiktok.com/@talentarena.official>
- LinkedIn: <https://www.linkedin.com/showcase/talent-arena-official/>
- Youtube: <https://www.youtube.com/watch?v=ZcdksoTWO-c&list=PLJo1m-nKPVN3ZC1MQenNltSRpplSOFpFo>

b) Diseño estratégico y planificación de campañas

El diseño de la estrategia de captación deberá contemplar los siguientes aspectos:

i) Análisis de situación

Estudio de tendencias y revisión de los datos de la edición 2026 (disponibles en el Anexo Documental del IN) con el objetivo de detectar oportunidades y áreas de mejora para optimizar la estrategia de 2027.

ii) Definición de objetivos y KPIs

Establecimiento de objetivos de captación y *engagement*, así como indicadores clave para su seguimiento.

iii) Selección de canales y formatos

Identificación de los canales y formatos publicitarios más eficaces en función del público objetivo.

iv) *Configuración y ejecución de campañas*

1. Preparación de campañas y adaptación o generación de creatividades
2. Integraciones técnicas necesarias (Google Analytics 4, píxeles de Google/Meta, etc.) para el análisis de rendimiento.
3. Definición del modelo de atribución de conversiones por canal para el seguimiento de los objetivos.

v) *Seguimiento, coordinación y análisis de resultados*

1. Monitorización continua y optimización en tiempo real.
2. Reuniones semanales de seguimiento y coordinación de recursos.
3. Análisis y diagnóstico de resultados: identificación del origen de leads y cumplimiento de objetivos de conversión.
4. Informes quincenales y mensuales con métricas clave y propuestas de mejora.

vi) *Informe de cierre*

1. Análisis de resultados y evaluación del retorno de la inversión (ROI).
2. Identificación de aprendizajes y recomendaciones para futuras ediciones.

c) Identificación de mensajes clave

- i) Definición de mensajes que favorezcan la conversión, alineados con el posicionamiento y la propuesta de valor de *Talent Arena*.
- ii) Conceptualización de mensajes relacionados con el precio de las entradas, en función de las fases del embudo (*funnel*) y estrategias de *ticketing*.

d) Estrategia multicanal

La campaña deberá incluir acciones en los siguientes tipos de canales:

- i) Medios de comunicación generalistas (e.g. *La Vanguardia*, *El País*, *El Periódico*, *El Mundo*), mediante formatos como Brand Day, Branded Content, banners u otros de gran visibilidad, así como especializados en tecnología, gestión de recursos humanos, telecomunicaciones u otros medios o portales relevantes.

- ii) Radios de ámbito catalán, mediante cuñas u otros formatos.
 - iii) Nuevos formatos como podcasts o newsletters de entidades colaboradoras.
 - iv) Paid media en canales propios (mínimo): Meta, LinkedIn, YouTube, TikTok, Google (SEO/SEM).
 - v) Acciones de comunicación offline: producción y distribución de material impreso de pequeño y gran formato (carteles, banderolas, mupis, opis, autobuses, etc.). El contratista será responsable de la contratación, impresión y coordinación con terceros.
 - vi) Influencer marketing: contratación y activación del plan *ambassadors* nacionales e internacionales (Europa) especializados en tecnología, innovación, programación y desarrollo profesional al que se le asignará un presupuesto mínimo de 10.000,00.-€ a esta línea de actuación.
- e) Arquitectura de anuncios y contenidos
- i) Propuesta de estructura de anuncios y piezas (carruseles, *stories*, posts promocionados, anuncios de texto o *display*, native ads, banners, etc.).
 - ii) Adaptación gráfica de piezas y *copies*, tanto para paid media como para su derivación en comunicación orgánica, en función de los canales y objetivos, sujetas a validación previa por parte de MWCcapital.
- f) Idiomas
- El idioma principal de la campaña será el inglés (70%), con un 30% de las comunicaciones en castellano.
- g) Localización geográfica
- El 80% de la campaña se dirigirá al área metropolitana de Barcelona y el 20% restante a las ciudades de Madrid y Valencia.
- h) Calendario
- La campaña se desarrollará entre el 19/10/2026 y el 03/03/2027. El cronograma detallado por canal deberá formar parte del plan.

i) Presupuesto de inversión

El contratista deberá ejecutar una inversión total de 105.000,00.-€, distribuidos según el criterio estratégico, y previa validación por parte de MWCcapital. El contratista asumirá el coste íntegro de la inversión y, por tanto, la compra del espacio publicitario en cuestión según la estrategia definida.

j) Público objetivo

El plan de medios de Talent Arena deberá dirigirse a los segmentos de público definidos a continuación. Se indica asimismo el porcentaje estimado de la campaña que cada uno de ellos deberá representar en la estrategia de captación.

i) *Profesionales digitales cualificados (PRO) del sector TIC (80%)*

El Evento se dirige a profesionales digitales senior con competencias consolidadas en el desarrollo de tecnología; es decir, profesionales en activo como desarrolladores de software y aplicaciones, ingenieros en ciberseguridad, especialistas en inteligencia artificial y *machine learning*, expertos en *big data* y analítica de datos, profesionales en redes y telecomunicaciones, programadores web, etc.

- Años de experiencia

Se entiende como profesionales digitales PRO aquellos perfiles de desarrolladores con más de 3 años de experiencia en el sector tecnológico.

- Formación

Graduados en disciplinas TIC o con certificaciones profesionales avanzadas derivado de su formación en universidades, *bootcamps*, centros de formación profesional u otras entidades educativas.

- Motivo de asistencia

Conectar con el ecosistema tecnológico, ampliar sus conocimientos y capacidades a través de la propuesta de valor del Evento, identificar oportunidades de colaboración y mantenerse actualizado con respecto a las tendencias del sector, entre otros.

- Intereses

Desarrollo de tecnología, resolución de problemas complejos y liderazgo de equipos y proyectos tecnológicos e innovación, comunidades de programadores, etc. Están interesados en mantenerse al día con las nuevas tecnologías para profesionalizarse y expandir su red dentro del ecosistema tecnológico.

- Sectores industriales y posiciones profesionales objetivo

El profesional podrá trabajar en industrias como, por ejemplo, Servicios de Inteligencia Artificial, Servicios en la Nube, Servicios de Consultoría Ciberseguridad, Datos y Analítica, Marketing Digital, Educación, Energía y Servicios Públicos, Tecnología Financiera / Finanzas, Sector Público / Gobierno, Salud y Biotecnología, Servicios de Internet de las Cosas (IoT), Manufactura / Industria, Operador de Red Móvil, Infraestructura de Red, Organización sin Ánimo de Lucro, Servicios Cuánticos, Comercio Minorista / Mayorista y Distribución, Proveedores de Software, Computación Sostenible y Transporte

Talent Arena segmenta los profesionales en dos tipologías: tecnológico y no tecnológico. Se espera que los profesionales con perfil tecnológico representen el 70% de los registros al evento y que, a su vez, asuman uno de los siguientes roles definidos a continuación:

- Agile Coach
- AI Developer
- AI Researcher
- AR / VR Specialist
- Automation Engineer / Systems Integrator
- Backend Developer
- Blockchain Developer
- Business Analyst / IT Business Partner
- Business Intelligence (BI) Developer / Analyst
- Cloud & Infrastructure Engineer
- Cloud Security Specialist
- Computer Vision Engineer
- CTO / CIO / Head of Engineering
- Cybersecurity Specialist / Engineer
- Data Analyst
- Data Architect
- Data Engineer

- Data Scientist
- Delivery Manager
- Design Researcher / UX Researcher
- DevOps Engineer
- Digital Marketing Specialist
- Digital Project Manager
- Digital Transformation Lead
- Embedded Systems Engineer
- eSports / Game Tech Specialist
- Ethical Hacker / Penetration Tester
- Frontend Developer
- Game Designer / Interactive Media Specialist
- Game Developer
- Game UX Designer
- Growth Hacker / Data-driven Marketer
- Hardware Engineer / FPGA Developer
- Identity & Access Management (IAM) Specialist
- Incident Response / Threat Analyst
- Innovation Manager / Tech Strategist
- Interaction Designer
- Internet of Things (IoT) Engineer / Smart Systems Specialist
- IT Project Manager
- Machine Learning Engineer
- Marketing Automation Specialist / CRM Manager
- MLOps Engineer
- Mobile App Developer (iOS / Android)
- Network Administrator
- NLP Engineer / Speech Engineer
- Other Agile / Delivery Roles
- Performance Marketing Manager
- Product Designer
- Product Manager
- Product Owner
- Program Manager / Portfolio Manager
- QA / Test Automation Engineer
- Quantum Computing Researcher
- Researcher / Academic in IT
- Robotics / Electrical / Industrial Engineer
- Scrum Master
- Security Operations Analyst
- Service Designer
- Site Reliability Engineer (SRE)

- Software Architect / Technical Lead
- Software Developer / Full Stack Developer
- Solutions Architect
- System Administrator
- Technology Consultant
- Telecommunications Engineer
- UX/UI Designer

Por lo que hace a los perfiles no tecnológicos, estos representarán el 20% restante y podrán formar parte de alguna de las siguientes áreas de especialidad asumiendo una posición no identificada en el listado anterior:

- Gestión y estrategia
- Operaciones y Project manager
- Finanzas
- Recursos humanos
- Comunicación y relaciones públicas
- Educación y formación
- Legal
- Sostenibilidad / RSC
- Investigación e innovación

ii) *Profesionales juniors (1 a 3 años de experiencia) y perfiles Entry-level (20%)*

Hace referencia a los profesionales en activo en el sector TIC con una experiencia profesional de hasta 3 años, así como a los recién graduados/as en formación digital, es decir, jóvenes que acaban de finalizar sus estudios relacionados con tecnología en centros universitarios, *bootcamps*, centros de formación profesional u otras entidades educativas.

- Formación

Graduados o recién graduados en universidades, *bootcamps*, centros de formación profesional u otras entidades educativas.

- Objetivo de su asistencia

Profundizar y mejorar sus conocimientos técnicos, identificar oportunidades profesionales, profundizar acerca de áreas tecnológicas de interés, conectar con el ecosistema tecnológico, etc.

- Intereses

Desarrollo de aplicaciones web y mobile, inteligencia artificial, machine learning, big data, ciberseguridad, telecomunicaciones, redes, desarrollo de software, etc.

3.4 Fases de la campaña y distribución presupuestaria

El plan de medios deberá alinear la duración total de la campaña (5 meses aproximadamente) con una distribución presupuestaria estructurada en dos fases:

- Fase 1: visibilidad (noviembre, diciembre): 15% de inversión aproximada sobre el total.
- Fase 2: conversión (enero, mediados febrero): 25% del total se destina a esta fase.
- Fase 3: conversión enfocada en último *push* (mediados febrero y marzo). Se destina el 60% del presupuesto aproximadamente, priorizando el mes previo al Evento (en la edición de 2026 el 51% de los registros se obtuvieron durante el mes de febrero y el 14% la semana del mismo evento).

El contratista deberá realizar y seguir una previsión presupuestaria mensual para cubrir estas necesidades.

3.5 Datos históricos de captación (edición 2026)

A título informativo y orientativo para la elaboración del plan de medios 2027, se incluye:

1. Tabla con el porcentaje de registros mensuales que se obtuvieron durante la campaña de captación de la edición 2026:

MES	% REGISTROS TOTALES
NOVIEMBRE	12%
DICIEMBRE	7%
ENERO	16%
FEBRERO	51%
MARZO (1-2)	14%

2. Tabla orientativa de la inversión realizada por canal para el plan de captación de 2026 y los resultados obtenidos.

CANAL	INVERSIÓN	PERIODO	REGISTROS
INSTAGRAM	39%	diciembre - marzo	50%
GOOGLE ADS	21%	diciembre - marzo	39%
LINKEDIN	12%	diciembre - marzo	7%
YOUTUBE	14%	diciembre - marzo	3%
DISPLAY	14%	diciembre - marzo	1%

(*) Este cuadro se presenta a título informativo. El análisis de resultados de 2026 ha servido de base para la definición del presupuesto de inversión obligatoria recogido en la presente licitación (ver Informe de necesidad)."

3.6 Servicio de asesoramiento y consultoría

La licitación incluye un servicio de asesoramiento y consultoría a prestar por el contratista con un máximo de hasta treinta (30) horas, destinado a incrementar las inscripciones en el Evento en relación con aspectos como los siguientes (no siendo una lista cerrada):

- i) Identificar *lead magnets* que generen interés en el asistente y promuevan la inscripción de los profesionales digitales.
- ii) Proponer metodologías de análisis y cualificación de leads que permitan identificar audiencias con mayor potencial de conversión, asistencia y recurrencia durante el Evento.
- iii) Proponer estrategias de comunicación de *ticketing* para incentivar el registro de profesionales digitales PRO vinculado a la entrada de pago (XPRO).
- iv) Realizar *A/B Testing* en mensajes y creatividades para identificar los anuncios más efectivos en términos de conversión.

Estas acciones de asesoramiento y consultoría estarán orientadas a maximizar la tasa de inscripción al Evento, proporcionando soluciones estratégicas y tácticas basadas en datos y mejores prácticas del sector.

El contratista trabajará estrechamente con el equipo de marketing de MWCcapital para implementar estas recomendaciones de manera efectiva y asegurar el éxito del evento Talent Arena 2027.

La imagen gráfica de Talent Arena 2027 será proporcionada por MWCcapital. El contratista será responsable de adaptarla y aplicarla correctamente a todos los materiales gráficos, tanto en soportes online como offline, asegurando su adecuada integración en la estrategia omnicanal del plan de medios.

Para ello, MWCcapital facilitará los diseños originales de las piezas de comunicación (*key visuals*, guías de estilo, logotipos, etc.), que servirán como base para las adaptaciones necesarias. Cualquier aplicación de identidad visual deberá respetar fielmente las directrices gráficas, mensajes clave y tono de comunicación definidos por la organización.

Todas las piezas publicitarias deberán ser validadas previamente por el área de marketing y comunicación de MWCcapital, con el fin de garantizar:

- La correcta aplicación de la identidad visual corporativa.
- La coherencia comunicativa en los distintos formatos y canales.
- La maximización del impacto visual y del mensaje en función de cada soporte.

Asimismo, el contratista deberá encargarse de la creación de materiales específicos derivados de la campaña, lo que incluye creativities estáticas, dinámicas y materiales audiovisuales breves, garantizando siempre su adaptación al formato, lenguaje y especificaciones técnicas de cada canal de difusión.

Será responsabilidad del contratista:

- Mantener la coherencia visual de la campaña en todos los soportes y formatos.
- Velar por el uso correcto de la imagen gráfica en todas las adaptaciones desarrolladas.
- Supervisar su implementación en los medios contratados, tanto digitales como impresos.

Esta obligación se considera esencial del contrato, y su cumplimiento será objeto de seguimiento y supervisión específica por parte de MWCcapital.

4. CONTROL DE CALIDAD Y SUBSANACIÓN

MWCapital podrá supervisar, en cualquier momento, la ejecución del contrato y verificar el cumplimiento de los requerimientos establecidos en el presente pliego.

En caso de detectar deficiencias, desviaciones o entregables que no se ajusten a las especificaciones técnicas, funcionales o de calidad exigidas, podrá instar al contratista a subsanar, corregir o completar los trabajos afectados. Estas acciones de subsanación no supondrán, en ningún caso, una modificación contractual ni generarán derecho a compensación adicional, siempre que no impliquen una alteración sustancial del objeto o alcance del servicio contratado.

El contratista deberá ejecutar las correcciones con la debida diligencia y en el plazo que indique MWCapital, que podrá ser razonablemente exigente en función del calendario general del proyecto.

El incumplimiento reiterado de esta obligación, o la falta de respuesta adecuada a los requerimientos de subsanación, podrá dar lugar a la imposición de penalidades, conforme a lo previsto en el presente pliego y el PCAP, o incluso a la resolución anticipada del contrato por causa imputable al contratista.

5. IDIOMA DEL SERVICIO

El idioma del servicio será, con carácter general, el catalán o el castellano, de acuerdo con las preferencias que determine MWCapital para cada tipo de entrega o interacción.

Los informes, entregables escritos y documentación asociada al contrato deberán presentarse en catalán o castellano, según se indique expresamente por MWCapital. En caso necesario, determinados materiales podrán requerirse en inglés u otros idiomas, sin que ello suponga coste adicional para MWCapital.

Las presentaciones orales, reuniones o comunicaciones con los agentes implicados en el proyecto se desarrollarán en catalán o castellano, conforme a la preferencia de los participantes, y cuando se requiera, en inglés.

6. MEDIOS PERSONALES Y MATERIALES

MWCapital designará a un responsable del contrato, a quien corresponderá la supervisión de su ejecución, la toma de decisiones y la aplicación de las instrucciones necesarias para garantizar su correcta ejecución.

Para el cumplimiento de las funciones objeto del contrato, el contratista deberá aportar, bajo su exclusiva responsabilidad, un equipo de trabajo suficiente y adecuado como para cubrir los trabajos y actividades descritos en el presente pliego. Dichos medios podrán ser aportados directamente por el contratista o a través de terceros, respetando en todo caso las condiciones previstas este pliego técnico y el PCAP.

Para la correcta prestación de los servicios, el contratista deberá asignar, como mínimo, un equipo con los perfiles detallados a continuación, que asumirán y coordinarán las tareas principales del proyecto. Esta estructura mínima no excluye la obligación del contratista de aportar todo el personal adicional, técnico, administrativo, de soporte o de cualquier otra naturaleza, que resulte necesario para garantizar la ejecución integral y satisfactoria de los servicios objeto de la presente licitación.

Los perfiles descritos en el presente apartado constituyen los medios personales mínimos adscritos durante la totalidad de la ejecución del contrato, de conformidad con el artículo 76.2 de la LCSP, y tendrán carácter de obligación contractual esencial.

Dado el carácter estratégico del servicio, que exige planificación avanzada, segmentación de audiencias, ejecución de campañas en medios multicanal, producción creativa especializada y seguimiento analítico continuo, resulta imprescindible contar con un equipo técnico mínimamente conformado por los siguientes perfiles:

- Un/a (1) Planificador/a de medios digitales, con un mínimo de diez (10) años de trayectoria profesional en la planificación de medios en agencias de publicidad o marketing digital con experiencia en cuentas vinculadas al ámbito tecnológico, de la innovación y/o con impacto social.
- Un/a (1) Ejecutivo/a de marketing digital senior con un mínimo de cinco (5) años de experiencia en la creación, optimización y gestión de acciones de posicionamiento digital y campañas de pago (Social Ads, SEM, campañas de *display*, *remarketing*, etc.), y con experiencia previa en materia de herramientas de automatización de marketing.
- Un/a (1) Analista de datos con un mínimo de cinco (5) años de experiencia en la creación y gestión de *dashboards*, *learning* (y similares) de canales digitales.
- Un/a (1) Copy creativo/a con un mínimo de tres (3) años de experiencia en la creación y redacción de mensajes publicitarios asociados a campañas de captación.

- Un/a (1) Diseñador/a gráfico/a con un mínimo de cinco (5) años de experiencia en la creación y adaptación de piezas de comunicación como mínimo para web, banners, anuncios en redes sociales y medios de comunicación (formato impreso y online).

La adscripción se acreditará mediante la presentación de currículum vitae, titulaciones académicas o profesionales y documentación que justifique la experiencia previa relevante.

Si por razones ajenas a la empresa se requiere la sustitución del personal adscrito al firmar el contrato, esta deberá realizarse manteniendo las mismas condiciones aquí exigidas. Se deberá garantizar que el servicio esté cubierto con suficiente antelación. Cualquier cambio del personal adscrito deberá notificarse previamente a MWCcapital, quien autorizará la sustitución siempre y cuando esta/s personas reúnan igual capacitación técnica y experiencia que la/s del equipo profesional inicial.

Este personal dependerá exclusivamente del contratista, debiendo este último cumplir las obligaciones vigentes en materia laboral, de seguridad social, así como fiscal y tributaria del personal a su cargo. El incumplimiento de estas obligaciones por parte del contratista no derivará en responsabilidad alguna para MWCcapital.

MWCcapital en modo alguno ni bajo ningún título ostentará la condición de empleador respecto de los trabajadores contratados por cuenta propia o ajena por el contratista, que presten directa o indirectamente servicios para ella. Así, a la extinción de los trabajos no podrá producirse en ningún caso la consolidación de las personas que hayan realizado los trabajos objeto del contrato como personal de MWCcapital.

El contratista es responsable de la disciplina de su personal, haciéndose solidaria de los daños y perjuicios que pueda ocasionar en la ejecución del presente contrato, y deberá comunicar previamente a MWCcapital cualquier cambio en la composición del personal asignado al contrato.

El contratista será únicamente quien ejerza de modo efectivo, real y continuo, el poder inherente de dirección a todo empresario, asumiendo la negociación y pago de salarios, concesión de permisos, licencias y vacaciones, las sustituciones en caso de baja o ausencia, las obligaciones legales en materia de seguridad social, las obligaciones en materia de prevención de riesgos laborales, el ejercicio de la potestad disciplinaria, así como cuantos derechos y obligaciones se deriven de la relación contractual entre empleado y empleador.

MWCcapital podrá establecer los mecanismos de coordinación, seguimiento y validación funcional del servicio que resulten necesarios para garantizar la correcta

ejecución del contrato y la adecuada integración operativa del servicio en el marco del Evento, sin que ello suponga en ningún caso el ejercicio de facultades de dirección, organización o control laboral sobre el personal adscrito por el contratista.

Las prestaciones objeto del contrato tendrán carácter de soporte técnico, operativo, administrativo y de coordinación, quedando expresamente excluidas las decisiones estratégicas, comerciales, curatoriales, presupuestarias o de dirección general del Evento, que corresponderán exclusivamente a MWCcapital.

7. INFORMES ENTREGABLES

Durante la ejecución del contrato, el contratista deberá generar, como mínimo, los siguientes entregables:

a) Plan de medios y estrategia de captación

- **Contenido mínimo:** Análisis inicial, definición de objetivos y KPIs, segmentación de públicos, estrategia multicanal, planificación por canales, cronograma, distribución presupuestaria, arquitectura de campañas, estrategia de mensajes, modelo de atribución y sistema de medición.
- **Formato:** PPT y formato editable
- **Plazo de entrega:** Inicio del contrato y con carácter previo al inicio de la campaña.
- **Validación:** Aprobación expresa de MWCcapital antes de su implementación.

b) Calendario de campañas

- **Contenido mínimo:** Planificación detallada de las campañas por canal, calendario de activaciones, fases de ejecución e inversión prevista.
- **Formato:** Hoja de cálculo.
- **Plazo de entrega:** Junto con el plan de medios y estrategia de captación
- **Validación:** Aprobación expresa de MWCcapital.

c) Plan de mensajes y creatividades

- **Contenido mínimo:** Propuesta de mensajes clave, copies, segmentación por audiencias, adaptación a las diferentes fases del embudo de conversión y estrategia de comunicación del *ticketing*.
- **Formato:** documento editable.
- **Plazo de entrega:** Previamente al lanzamiento de cada fase de campaña.
- **Validación:** Aprobación expresa de MWCcapital antes de su implementación.

d) Creatividades adaptadas para la campaña

- **Contenido mínimo:** Adaptación de las piezas facilitadas por MWCcapital a los distintos formatos digitales y offline, incluyendo creatividades estáticas, dinámicas y audiovisuales breves.
- **Formato:** Archivos finales y editables en los formatos requeridos.
- **Plazo de entrega:** Conforme al calendario de campaña.
- **Validación:** Todas las piezas deberán ser aprobadas previamente por MWCcapital antes de su publicación.

e) Configuración técnica de campañas

- **Contenido mínimo:** Configuración de campañas, integración de Google Analytics 4, píxeles de seguimiento, conversiones y resto de herramientas de medición.
- **Formato:** Configuración en plataformas y documento resumen.
- **Plazo de entrega:** Antes del inicio de las campañas.
- **Validación:** Revisión técnica por MWCcapital.

f) Informes quincenales de seguimiento

- **Contenido mínimo:** Evolución de KPIs, inversión ejecutada, rendimiento por canal, análisis de resultados, desviaciones detectadas y propuestas de optimización.
- **Formato:** Informe en hoja de cálculo o presentación en PPT.
- **Plazo de entrega:** Periodicidad quincenal durante la ejecución de la campaña.
- **Validación:** Revisión conjunta en las reuniones de seguimiento.

g) Informes mensuales de resultados

- **Contenido mínimo:** Resumen ejecutivo de la evolución de las campañas, análisis del rendimiento, grado de cumplimiento de objetivos y recomendaciones.
- **Formato:** Informe en hoja de cálculo o presentación en PPT.
- **Plazo de entrega:** Mensualmente.
- **Validación:** Revisión por MWCcapital.

h) Propuestas de optimización

- **Contenido mínimo:** Recomendaciones para optimizar campañas, inversión, segmentaciones, mensajes, creatividades o canales, derivadas del seguimiento continuo de resultados.

- **Formato:** documento Word o presentación en PPT.
- **Plazo de entrega:** Durante toda la ejecución del contrato, cuando proceda.
- **Validación:** Aprobación de MWCcapital antes de su implementación.

i) Entregables del servicio de asesoramiento y consultoría

- **Contenido mínimo:** Recomendaciones estratégicas derivadas de las sesiones de consultoría, incluyendo propuestas sobre *lead magnets*, cualificación de leads, estrategias de *ticketing*, optimización de campañas y resultados de pruebas A/B, entre otras materias solicitadas por MWCcapital.
- **Formato:** documento Word o presentación en PPT.
- **Plazo de entrega:** al finalizar cada bloque de consultoría o cuando lo solicite MWCcapital.
- **Validación:** revisión y conformidad de MWCcapital.

j) Informe final de campaña

- **Contenido mínimo:** Evaluación global de la campaña, análisis del cumplimiento de KPIs, retorno de la inversión (ROI), rendimiento por canal, análisis de conversión, origen de los leads, principales aprendizajes y recomendaciones para futuras ediciones.
- **Formato:** Informe ejecutivo en PPT formato editable y PDF
- **Plazo de entrega:** Finalizada la campaña, como máximo el 3 de abril de 2026.
- **Validación:** Aprobación final por MWCcapital.

Con carácter transversal, todas las piezas creativas, adaptaciones gráficas, copies y materiales publicitarios desarrollados por el contratista deberán ser remitidos a MWCcapital para su validación previa antes de su publicación o difusión.

- Planificación presupuestaria y previsión de inversión por canales.

8. CONFIDENCIALIDAD

Los licitadores, y en su caso el contratista, deberán guardar la más estricta confidencialidad respecto a toda la información, documentación, datos, materiales, contenidos y comunicaciones a los que pudieran tener acceso durante la preparación de su oferta, el desarrollo del procedimiento de licitación y, especialmente, durante la ejecución del contrato y con posterioridad a su finalización, sin límite temporal.

Esta obligación se extenderá a:

- Datos de carácter personal y documentación protegida por normativa de protección de datos.
- Información técnica, estratégica o económica no pública de MWCcapital.
- *Know-how*, contenidos inéditos, materiales de diseño, ideas creativas, campañas o estrategias generadas o compartidas en el marco del contrato.
- Cualquier dato, comunicación o documento relativo a GSMA, Fira, o terceros colaboradores, así como a empresas participantes o patrocinadoras del evento.
- La imagen, marca y contenidos relativos a Mobile World Capital, Talent Arena, y demás marcas gestionadas o promovidas por la Fundación.

Se entenderán como confidenciales todos aquellos datos o informaciones no divulgados públicamente por MWCcapital, aunque no hayan sido marcados expresamente como tales.

El contratista se compromete a:

- Adoptar todas las medidas necesarias para proteger dicha información, incluyendo las relativas a sus empleados, subcontratistas o terceros involucrados en la ejecución del contrato.
- No reproducir, divulgar, explotar ni utilizar dicha información para ningún fin distinto al estrictamente relacionado con el objeto del contrato, salvo autorización expresa y por escrito de MWCcapital.
- Restituir, destruir o eliminar dicha información cuando así lo requiera la Fundación, y no conservarla salvo obligación legal o autorización expresa.

El incumplimiento de esta condición podrá ser considerado incumplimiento grave, sin perjuicio de las responsabilidades civiles, administrativas o penales que pudieran derivarse.

9. PROTECCIÓN DE DATOS

El contratista se compromete a cumplir con todas las normativas aplicables en materia de protección de datos personales, incluyendo el Reglamento (UE) 2016/679

(RGPD) y la Ley Orgánica 3/2018, de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales (LOPDGDD).

Durante la ejecución del contrato, el contratista podrá tener acceso a datos personales por cuenta de MWCapital, que actuará como responsable del tratamiento, por lo que el contratista tendrá la condición de encargado del tratamiento, conforme al artículo 28 del RGPD, salvo que las partes acuerden otra relación jurídica distinta.

El contratista:

- Sólo tratará los datos personales conforme a las instrucciones documentadas de MWCapital, y no los utilizará para fines propios ni los comunicará a terceros sin autorización previa y por escrito.
- Garantizará la confidencialidad del personal autorizado a tratar datos, extendiendo esta obligación a subcontratistas si los hubiera.
- No podrá subcontratar operaciones de tratamiento sin autorización previa y expresa de MWCapital.
- Implementará las medidas técnicas y organizativas apropiadas para garantizar un nivel de seguridad adecuado al riesgo, en cumplimiento del artículo 32 del RGPD.
- Notificará sin dilación indebida cualquier violación de la seguridad de los datos personales a MWCapital, tan pronto como tenga conocimiento de ella.
- Una vez finalizado el contrato, deberá devolver o destruir los datos personales tratados por cuenta de MWCapital, salvo obligación legal de conservación.

La formalización del contrato llevará aparejada la firma de un acuerdo de encargo del tratamiento conforme al artículo 28.3 del RGPD, que detallará las condiciones específicas del tratamiento, sus finalidades, medidas de seguridad y duración.

Asimismo, el contratista deberá garantizar que cualquier subcontratista o tercero que intervenga en la ejecución del contrato y tenga acceso a datos personales cumpla plenamente con las obligaciones establecidas en la normativa vigente en materia de protección de datos. A tal efecto, será responsabilidad del contratista formalizar los correspondientes acuerdos de encargo del tratamiento, conforme a lo previsto en el artículo 28.4 del RGPD, asegurando la aplicación de medidas técnicas y organizativas apropiadas para proteger los derechos de los interesados.

10. PROPIEDAD INTELECTUAL E INDUSTRIAL

Todos los materiales, contenidos, diseños, gráficos, imágenes, vídeos, producciones audiovisuales, textos, elementos visuales, creatividades, documentos técnicos o estratégicos, así como cualquier otro resultado derivado del servicio contratado serán propiedad de MWCcapital, quien ostentará todos los derechos patrimoniales de propiedad intelectual e industrial, de forma exclusiva, sin limitación territorial ni temporal, y con capacidad plena de uso, reproducción, transformación, distribución, exhibición o cesión a terceros.

El contratista se compromete a ceder a MWCcapital, en el momento de su generación, todos los derechos necesarios para su uso y explotación conforme a la Ley de Propiedad Intelectual. Queda expresamente prohibido al contratista reutilizar, divulgar o explotar dichos contenidos por cuenta propia o de terceros, salvo autorización expresa y por escrito de MWCcapital.

11. EXONERACIÓN DE RESPONSABILIDAD POR EL USO DE HERRAMIENTAS O SOLUCIONES DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL

En caso de que el contratista utilice herramientas o soluciones basadas en Inteligencia Artificial (IA), éste deberá:

- Informar a MWCcapital de la utilización de herramientas o soluciones basadas en IA.
- Garantizar expresamente que dispone de los derechos necesarios para su uso, explotación y cesión a terceros.
- Garantizar que su uso no infrinja derechos de terceros, incluidas las licencias de uso de la propia IA empleada.
- Entregar, si así lo requiere MWCcapital, evidencia documental de las licencias de uso o de los términos de servicio de las herramientas empleadas.
- Verificar la idoneidad, exactitud y legalidad de los resultados generados por las herramientas o soluciones de IA utilizadas.
- Subsanan cualquier incidencia o reclamación que pudiera derivarse de su uso.
- Velar por el cumplimiento de la normativa vigente en materia de protección de datos, propiedad intelectual y cualquier otra legislación aplicable.

- Adoptar todas las medidas necesarias para garantizar la calidad y seguridad del servicio.
- Asumir plena responsabilidad frente a cualquier posible reclamación derivada del uso no autorizado de herramientas o soluciones sujetas a derechos de terceros.

MWCapital podrá exigir la retirada o sustitución inmediata de cualquier material respecto del cual existan dudas fundadas sobre su licitud o titularidad y, en ningún caso, asumirá responsabilidad alguna frente a posibles errores, inexactitudes, omisiones, resultados inesperados, daños o perjuicios derivados directa o indirectamente del uso de dichas herramientas o soluciones de IA por parte del contratista.

12. CLÁUSULA DE IGUALDAD

Las entidades licitadoras, en la elaboración y presentación de sus respectivas propuestas deberán hacer un uso no sexista del lenguaje. Asimismo, el contratista, a lo largo de la vigencia del contrato, deberá hacer un uso no sexista del lenguaje en cualquier documento definitivo escrito o digital, así como, deberá desagregar los datos por sexo en cualquier estadística referida a personas que se genere, todo ello al amparo de la Ley Orgánica 3/2002 y Ley 17/2015 (Catalunya) de igualdad efectiva de mujeres y hombres, en las que se señalan los principios generales que deberán respetarse.

En Barcelona, a 31 de julio de 2026



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