

**INFORME DE NECESSITAT DEL CONTRACTE MENOR****Dades del contracte**

Núm. expedient: C250002332	Petició de contracte: 006_P2501595
Orgànic: 0423	Òrgan peticionari: 01400178
CPV: 79340000-9	Tipus contracte: Serveis
Programa: 33422	Econòmic: 22605
Ús de sistemes d'informació: No	Propietat: Ajuntament
Tècnic responsable del contracte: Eduard de Vicente Gran	
Objecte: Serveis de gestió i dinamització de l'estratègia de dinamització de públics i de gestió digital del festival Dansa Metropolitana 2026	
Pressupost de licitació (IVA inclòs) 18.148,79 € IVA tipus 21% 3.149,79 € <b>Pressupost net (sense l'IVA) 14.999,00 €</b> <i>Aquest pressupost net no pot ser superat per l'oferta del licitador.</i>	

**Antecedents**

L'Institut de Cultura de Barcelona (ICUB), mitjançant el Departament de Comunicació, ha de gestionar la comunicació del festival Dansa Metropolitana 2026, que se celebrarà durant el mes de març a la ciutat de Barcelona i a onze municipis més de l'àrea metropolitana: Badalona, Cornellà, El Prat, Esplugues, Granollers, L'Hospitalet, Sabadell, Sant Cugat, Santa Coloma, Terrassa i Viladecans.

L'esdeveniment metropolità de dansa va néixer l'any 2018 per promoure la dansa entre la ciutadania i contribuir a presència regular dels muntatges de dansa en les seves diferents disciplines, a les programacions de teatres municipals i centres socioculturals. La bona acollida de la primera edició ha ampliat la participació de sis a dotze municipis, consolidant-se el fet metropolità de l'esdeveniment.

Al 2026 Dansa Metropolitana continuarà amb la seva vocació de portar les arts del moviment als teatres, espais públics i singulars de les ciutats de l'àrea metropolitana de Barcelona, sempre respectant les mesures de seguretat necessàries per garantir el bon funcionament dels espectacles i el benestar dels assistents i artistes.

Les accions comunicatives digitals es consideren una eina fonamental per difondre l'activitat, fomentar la participació i la interlocució ciutadana, així com l'estratègia de comunicació per públics.

A tal efecte, es considera necessari garantir l'eficàcia de la comunicació i difusió digital mitjançant la contractació dels serveis de gestió i manteniment dels canals i plataformes digitals del festival, així com de la segmentació de la comunicació per públics potencials, destacant els espectacles que s'adrecen a cada comunitat.

Aquesta feina s'ha d'iniciar amb antelació, entre quatre i cinc mesos abans del festival, i s'allarga fins als dies de celebració, en que cal fer un seguiment de les vendes per pensar accions concretes per a cada espectacle.

Atès que, aquesta prestació no pot ser proporcionada directament per l'ICUB, perquè no disposa dels mitjans personals i/o materials necessaris per a la realització de les esmentades actuacions, es proposa la contractació externa per realitzar-lo mitjançant un contracte menor, tal com es preveu en la Llei 9/2017 de contractes del sector públic.

D'acord amb l'article 118.2 de la Llei 19/2017, de 8 de novembre, de Contractes del Sector Públic (LCSP), s'ha comprovat que queda justificada la necessitat del contracte i no s'està alterant el seu objecte per evitar l'aplicació dels límits indicats en l'article 118.1.

D'acord amb el punt 6.1 de la Instrucció per a l'aplicació de la Llei 9/2017, de 8 de novembre, de Contractes del Sector Públic, aprovada per Acord de la Comissió de Govern 2018/160 de 15 de març de 2018, no es viable ni eficient efectuar un procediment d'adjudicació amb publicitat.

### **Descripció de l'objecte. Prescripcions tècniques**

L'objecte de contractació són els serveis de gestió i dinamització de l'estratègia de dinamització de públics i de gestió digital del festival Dansa Metropolitana 2026.

Per tal de dur a terme aquesta tasca, el Departament requereix:

#### **Gestió i estratègia de dinamització de públics**

L'empresa adjudicatària haurà de desenvolupar una estratègia integral de captació i fidelització de públics que abasti 12 municipis amb realitats socioculturals diverses, garantint coherència amb la identitat del festival i maximitzant l'impacte en venda d'entrades. Aquesta tasca inclou:

- Planificació avançada: disseny d'un pla estratègic amb accions segmentades per col·lectius, territoris i tipologies d'espectacle, integrant KPIs i protocols de seguiment.
- Coordinació multinivell: gestió de relacions amb ajuntaments, equipaments, companyies, entitats col·laboradores i escoles de dansa, amb capacitat per harmonitzar missatges i materials en més de 170 destinataris.
- Accions transversals i segmentades: desenvolupament de campanyes amb entitats culturals, associacions locals, col·lectius específics (salut mental, comunitats internacionals), i calendarització d'accions vinculades a dates estratègiques (8M, Cap Butaca Buida).
- Monitoratge en temps real: seguiment constant de l'estat de vendes per ajustar descomptes i promocions, evitant accions ineficients (ex. descomptes tardans).
- Producció i redacció de materials: creació de continguts persuasors per canals digitals i offline, garantint correcció lingüística i adequació a cada segment.
- Informe final exhaustiu: recollida de mètriques qualitatives i quantitatives (entitats contactades, accions educatives, impacte en vendes), amb anàlisi crítica i propostes de millora.

#### **Gestió digital**

- Coneixements avançats en comunicació digital i social media en entorns amb comunitats de gran volum (mínim 25.000 seguidors).
- Experiència en anàlisi i definició d'estratègies SEO, així com en la gestió de campanyes de màrqueting digital multicanal.

- Domini d'eines professionals com Hootsuite, Tweetdeck, Google Analytics, Twitter Analytics i Facebook Business Manager, incloent la programació d'anuncis i coneixements d'HTML.
- Ús expert de programes de disseny gràfic (Photoshop o similar) per a la creació de grafismes, banners, animacions i cartel·les adaptats a cada plataforma.
- Capacitat per a producció fotogràfica en espais del festival, incloent la gestió de drets d'imatge per a la seva utilització en canals digitals.
- Gestió activa de les plataformes digitals del festival, amb publicacions mínimes establertes:
  - Facebook: 5 posts setmanals + 5 stories mensuals.
  - Instagram: 1 publicació diària al feed + 2-3 stories diàries + reels.
  - YouTube: pujada de vídeos i coordinació de streamings en directe.
- Seguiment constant de notificacions (likes, comentaris, comparticions), interacció amb usuaris, gestió d'imatge de perfil i recerca de hashtags per fomentar engagement. Resposta a consultes en un màxim de 48 hores.
- Garantia que totes les imatges compleixin els requisits tècnics i legals de cada canal.
- Cobertura 2.0 i retransmissions en directe dels moments clau del festival (espectacles, xerrades, actes), consensuant criteris amb l'equip de comunicació.
- Coordinació fluïda amb altres proveïdors (disseny, agències, gestors web) per assegurar coherència gràfica i estratègica.
- Elaboració d'un informe final detallat amb mètriques qualitatives i quantitatives: impressions, abast, interaccions, evolució de seguidors, tràfic web i resultats de campanyes de pagament.

### **Requisits tècnics**

- Experiència acreditada i verificable en la gestió estratègica de públics per a festivals d'arts escèniques d'àmbit metropolità, amb mínim 3 projectes executats en els últims tres anys en municipis de més de 300.000 habitants o per l'Ajuntament de Barcelona. Es valorarà la presentació de memòries detallades amb indicadors assolits.
- Experiència contrastada en comunicació digital multicanal per esdeveniments culturals amb comunitats superiors a 25.000 seguidors, incloent la gestió de campanyes de pagament, SEO i analítica avançada. Es valoraran indicadors de rendiment aportats (engagement, CTR, conversions).
- Coneixement profund i demostrable del festival Dansa Metropolitana, així com del teixit professional de la dansa a Barcelona i a l'Estat espanyol. Es podrà requerir referències concretes de col·laboracions amb companyies o equipaments.
- Domini acreditat del funcionament d'esdeveniments culturals promoguts per institucions públiques, incloent protocols administratius i coordinació amb múltiples stakeholders.
- Competència lingüística certificada en català i castellà (nivell nadiu) i anglès avançat, amb garantia de correcció ortogràfica i gramatical en tots els materials generats.
- Infraestructura tecnològica pròpia que permeti l'execució simultània de tasques de gestió digital, disseny gràfic, producció audiovisual i analítica, amb disponibilitat per demostració tècnica si es requereix.



- Disponibilitat immediata per a reunions periòdiques presencials i virtuals amb l'equip de comunicació de l'ICUB i la direcció artística del festival, amb capacitat per adaptar-se a calendaris intensius en períodes crítics.

### **Lloc de realització de la prestació**

La prestació dels serveis objecte del contracte s'executarà a les instal·lacions o oficines del contractista, excepte en el cas de les reunions de treball que el Departament de Comunicació determini hagin de ser en instal·lacions de l'Ajuntament de Barcelona.

### **Inici de les prestacions i termini d'execució**

La prestació s'iniciarà a partir del mes de gener o a partir de la data d'adjudicació, i finalitzarà el 31 de març de 2026.

### **Criteris d'adjudicació**

El preu.

### **Responsable del contracte**

Com a responsable del contracte es designa Eduard de Vicente Gran, tècnic del Departament de Comunicació de l'Institut de Cultura.

### **Tramesa d'ofertes**

El/La proveïdor/a haurà d'enviar la seva oferta **mitjançant el portal de Contractació** (<https://licitacions.bcn.cat/>). No s'admetrà cap altra forma d'enviament o lliurament de l'oferta.

### **Notificació de l'adjudicació**

L'adjudicació del contracte es notificarà al/ la interessat/da i es publicarà de forma agregada en el Perfil de Contractant d'acord amb allò previst a l'article 63.4 de la LCSP.