



PLEC DE PRESCRIPCIONS TÈCNIQUES (PPT) PER A L'ADJUDICACIÓ DEL CONTRACTE DE SERVEIS DE DINAMITZACIÓ DE LES ACTIVITATS DEL CONVENT DE SANT AGUSTÍ I DELS CANALS DE COMUNICACIÓ DE BARCELONA ACTIVA ADREÇATS A LES PERSONES JOVES

1. INTRODUCCIÓ

BARCELONA ACTIVA, L'AGÈNCIA DE DESENVOLUPAMENT ECONÒMIC I LOCAL DE L'AJUNTAMENT DE BARCELONA

Barcelona Activa és l'agència de desenvolupament econòmic i local de l'Ajuntament de Barcelona, que vol fer de Barcelona una ciutat de referència internacional per treballar, emprendre i viure amb valors socials i ambientals.

Així mateix, la missió consisteix en contribuir a la millora de la qualitat de vida de les persones promovent la competitivitat econòmica de la ciutat i el reequilibri dels territoris, a través del foment de l'ocupació de qualitat, l'impuls a l'emprenedoria i el suport a un teixit empresarial plural, divers i sostenible, des d'una perspectiva econòmica, social i ambiental.

1.1 ELS NOSTRES VALORS

Barcelona Activa treballa per fer de Barcelona una ciutat més justa i per transmetre una sèrie de valors:

1. Igualtat d'oportunitats i progrés social
2. Cooperació, dins l'organització i amb d'altres
3. Economia al servei de les persones: social i sostenible
4. Esperit de servei públic, i ètica professional i personal

Aquests valors, com no pot ser d'una altra forma, s'incorporen en la nostra comunicació i es reflecteixen en la utilització de:

- a) Un llenguatge integrador i no sexista
- b) Imatges que incorporen la paritat de sexes (amb un percentatge del 60% d'un sexe i un 40% de l'altre sexe), la diversitat (tant de discapacitats, origen o intergeneracional) i utilitza exemples dels diferents perfils que hi ha a la ciutadania de Barcelona, buscant una major identificació entre l'Organització i la persona usuària.
- c) Missatges clars, entenedors i que eviten els tecnicismes en la mesura del possible.

1.2. ELS NOSTRES COMPROMISOS

- Les persones al centre: Posar a les persones usuàries al centre, valorant i respectant les seves necessitats. Millorar i adaptar la comunicació amb els diferents públics, simplificar els processos d'atenció i reduir els tràmits i els temps d'espera.
- Responsabilitat social: Garantir que totes les actuacions i projectes de Barcelona Activa respecten i impulsen la política de responsabilitat social corporativa, tant a nivell intern com extern.
- Digitalització: Impulsar la digitalització de l'empresa revisant els processos organitzatius actuals amb l'objectiu de millorar l'eficiència i d'eliminar, progressivament, l'ús del paper.
- Fiabilitat de les dades: Assegurar un registre rigorós de les dades necessàries, que permeti el seu anàlisi de forma fiable per a la millora dels serveis.
- Innovació aplicada: Fomentar el pensament obert i crític, d'anàlisi de l'entorn per conèixer tot allò que es fa fora (metodologies, projectes, iniciatives, etc.) i que podria servir per millorar l'organització i les actuacions i polítiques públiques.
- Implicació i compromís: Fomentar el respecte, la tolerància, el treball en equip i el benestar del conjunt de les persones treballadores.



1.3. QUÈ FEM

Des de fa 35 anys, Barcelona Activa acompanya la ciutadania de Barcelona al llarg de la seva vida professional, oferint-los l'assessorament, les eines, la formació i els serveis que puguin necessitar en els diferents moments vitals i professionals en els que es trobin. Així doncs, Barcelona Activa, principalment:

- Acompanya la ciutadania durant tot el procés de cerca de feina i millora professional: OCUPACIÓ.
- Dona suport a les persones emprenedores per fer realitat les seves idees de negoci, sigui de forma col·lectiva o individual: EMPRENEDORIA.
- Ajuda les empreses i organitzacions a créixer, connectar-se amb l'ecosistema i consolidar-se amb models socialment sostenibles i responsables: EMPRESES.
- Ofereix formació actual i de qualitat a les persones que busquen feina, volen emprendre o fer créixer la seva empresa, així com formació d'alt contingut tecnològic per a professionals que volen actualitzar-se contínuament o reconvertir-se al sector TIC per augmentar les possibilitats de trobar feina: FORMACIÓ.

I tot això ho fem en clau de territori (proximitat), incloent la perspectiva de gènere i la diversitat des d'una visió d'economia plural i sostenible (social i mediambientalment).

En total, Barcelona Activa atén anualment més de 55.000 persones i més de 21.000 empreses a través dels més de 100 serveis i programes desplegats per tota la ciutat.

1.4. ELS NOSTRES OBJECTIUS DE COMUNICACIÓ

L'objectiu estratègic de Comunicació de Barcelona Activa és aconseguir que la ciutadania de Barcelona conegui els productes i serveis que li oferim, i que confii en l'organització per a què l'acompanyi en el seu procés vital (ja sigui de cerca de feina o de millora professional, ja sigui en la realització de la seva idea emprenedora, ja sigui en la seva formació o ja sigui en el creixement empresarial del seu negoci).

Per assolir aquest objectiu, s'ha de treballar per:

- **Posicionar Barcelona Activa** com l'agència responsable de l'execució de les polítiques econòmiques de la ciutat de Barcelona, una Barcelona Activa que enguany celebra 30 anys de servei a la ciutadania de Barcelona.
- **Presentar els diferents programes i iniciatives** que s'estan desenvolupant a la ciutat, especialment els relacionats amb l'Ocupació, l'Emprenedoria i programes de suport a l'Empresa.
- **Posicionar l'Ajuntament de Barcelona i Barcelona Activa** com a entitats que estan al costat i al servei de les persones i de les empreses, com a agent generador d'ocupació estable i de qualitat.
- Presentar les diferents iniciatives econòmiques que està desenvolupant l'Ajuntament de Barcelona **en clau territorial** (Plans de desenvolupament de Districtes, punts d'orientació i assessorament en ocupació, dispositius de Treball als barris, etc.).
- Elaborar **propostes de comunicació diferenciades** en funció dels segments als quals ens adrecem.
- Aconseguir una **major interacció** amb l'organització ja sigui via presencial o via *online*.

Aconseguir que el nostre client intern, les persones **treballadores de Barcelona Activa**, coneguin tota l'activitat que duem a terme, i s'identifiquin amb l'organització i els seus valors, tot generant una cultura cohesionada i un profund orgull de pertinença a la mateixa.

1.5. L'ATUR JUVENIL A BARCELONA

La lluita contra l'atur i la precarietat laboral és una prioritat per l'Ajuntament des de l'inici de l'actual mandat. En els cas de les persones joves, la seva situació laboral està lluny de ser bona i és que degut al context de crisi dels últims anys, el mercat de treball actual s'ha polaritzat i ha comportat que determinats col·lectius de persones, entre ells els joves, i certs territoris de la ciutat pateixin de manera més accentuada les conseqüències.

Tot i així, segons les dades de l'[Observatori d'Empresa i Ocupació](#), la taxa d'atur en les persones entre 16 i 24 anys ha passat del 43,2% al 22,3%, disminuint l'atur en un 48,4%.



Pel que fa a la composició de l'atur juvenil registrat a Barcelona, el perfil mitjà de la persona jove aturada a la ciutat és una dona, d'entre 25 i 29 anys, amb Educació General i procedent del sector serveis.

Per districtes, la major taxa d'atur juvenil es concentra a Nou Barris, Gràcia i Eixample però si es calcula la xifra en relació al total de la població jove, destaca Nou Barris, Ciutat Vella i Sant Andreu.

L'Ajuntament de Barcelona, des de Barcelona Activa, té com una de les seves línies estratègiques d'actuació tenir més presència als territoris (districtes i barris de Barcelona), dinamitzant el desenvolupament local des d'una perspectiva de proximitat, adaptant-se a les necessitats de cada zona i integrant als diferents agents.

1.6. ELS JOVES I BARCELONA ACTIVA

Ens trobem en un procés de transformació tecnològica altament disruptiu que afecta d'una manera encara més aguda als joves i a aquelles generacions a les que ja podem considerar "nadius digitals" i que es caracteritzen per haver conviscut amb la connectivitat des de ben petits, fet que ha modelat els seus hàbits de consum d'informació.

La digitalització és també un procés d'una sola direcció i conforme es produeix el relleu generacional, cada cop queden menys persones excloses d'aquesta tendència que no només romandrà sinó que culminarà, amb que els "nadius digitals" seran la població de qualsevol societat avançada com és la nostra.

Aquest nou context ha palesat la necessitat que tenim les administracions públiques per adaptar tant els nostres serveis com la manera en que els comuniquem i els oferim a la ciutadania, sobre tot psi volem arribar als més joves.

De fet, les persones joves de Barcelona són el col·lectiu que menys utilitza els nostres serveis, malgrat que disposem un ampli ventall de propostes que poden ser atractives per a ells i elles. Així, al llarg de 2021, han passat pels diferents serveis, programes i activitats de Barcelona Activa, ja siguin d'ocupació, emprenedoria, empresa o formació tecnològica més de **15.000 joves d'entre 16 i 29 anys** (un 26% del total de persones ateses que van dels 16 als 65 anys), majoritàriament joves en situació de desocupació a la ciutat que patien la crisi econòmica derivada per la pandèmia.

Des de Barcelona Activa i en coordinació amb la Direcció de Joventut de l'Ajuntament i totes les entitats que treballen en el marc de l'ocupació juvenil, s'ha impulsat el [Pla de Foment de l'Ocupació juvenil 2020-2023](#). Aquest Pla recull mesures específiques per acompanyar i formar persones joves, amb especial atenció a situacions de vulnerabilitat i precarietat i als i les joves que han perdut la feina o que veuen minvades les seves oportunitats a conseqüència de la pandèmia, amb una aposta per la transformació digital i un enfocament basat en l'equitat i la proximitat.

5. Pla d'Acció 2021			
15 línies d'acció en quatre àmbits d'actuació			
Agents implicats			
Barcelona Activa Departament de Joventut – Ajuntament de Barcelona Consorci d'Educació de Barcelona Servei Públic d'Ocupació de Catalunya – Generalitat de Catalunya Fundació Barcelona Formació Professional			
A1. ASSESSORAMENT, ORIENTACIÓ I ACOMPANYAMENT	A2. CAPACITACIÓ I FORMACIÓ	A3. FOMENT DE LA CONTRACTACIÓ DIGNA, L'EMPRENEDORIA I MANTENIMENT DE L'ACTIVITAT	A4. ATENCIÓ A JOVES EN SITUACIONS DE VULNERABILITAT
L1.1 Reforç i transformació digital i metodològica dels serveis d'orientació professional	L2.1 Impuls a l'oferta formativa orientada a millorar les competències tècnico-professionals de les persones joves	L3.1 Suport a la contractació de persones joves	L4.1 Atenció sociolaboral a persones joves amb malestar psicològic
L1.2 Serveis d'atenció personalitzada	L2.2 Capacitació digital i en idiomes		L4.2 Reducció de la bretxa digital
L1.3 Assessorament en drets i deures laborals	L2.3 Projectes singulars de Garantia Juvenil	L3.2 Suport a persones joves treballadores autònomes i persones joves emprenedores	L4.3 Foment de Noves Oportunitats i de retorn al sistema educatiu
L1.4 Creació de nous serveis als Punts InfoJOVE de la ciutat			L4.4 Suport a entitats de Barcelona per executar projectes sociolaborals
L1.5 Organització d'esdeveniments de ciutat			
L1.6 Serveis d'acompanyament emocional			
11 Actuacions prioritàries	5 Actuacions prioritàries	5 Actuacions prioritàries	5 Actuacions prioritàries
13 Actuacions estables	10 Actuacions estables	8 Actuacions estables	2 Actuacions estables

1.7. ANTECEDENTS DEL SERVEI

Barcelona Activa ha treballat de forma recurrent amb diferents institucions, departaments i organismes per desenvolupar programes adreçats als joves de la ciutat. Històricament, s'han dut a terme campanyes de comunicació molt centrades



en els programes concrets, el que ha portat a tenir missatges semblants amb creativitats diferents i s'ha pogut generar confusió entre el target.

Actualment es treballa sota una campanya paraigües de marca on s'inclouen els 3 principals eixos de servei de Barcelona Activa: ocupació, empenedoria i formació, tal i com es pot veure a la landing del servei per a Joves: barcelonactiva.cat/joves

Ara, es vol donar un nou impuls als serveis que oferim per als joves i per això hem reformat l'equipament del Convent de Sant Agustí, que ara anomenem "**El Convent**", adaptant-lo a les necessitats tecnològiques i d'usos que els joves ens demanen (*veure annex 3 d'aquest plec*). Aquest renovat espai s'inaugura el proper 20 d'octubre i aglutinarà tota l'oferta de Barcelona Activa adreçada a Joves; un espai només per aquest col·lectiu, obert i adaptat als nous temps i a les seves necessitats.

Per donar a conèixer aquest nou espai entre els joves, organitzar-hi activitats que siguin del seu interès (presencials i en streaming) i oferir-los els nostres serveis, activitats formatives i programes (on i offline), es requereix un to comunicatiu, unes accions i uns canals específics, pensats per als joves, en els que ells se sentin còmodes i siguin els protagonistes.

2. PÚBLIC OBJECTIU*: ELS I LES JOVES DE BARCELONA

Principal: persones joves de 16 a 29 anys (ambdós inclosos) de l'àmbit metropolità de Barcelona que estan **buscant feina i/o formació** per millorar el seu perfil professional. Caldrà tenir presents dos tipus de perfils molt diferenciats dins d'aquest segment, fent especial atenció a les dones:

Target 1: Jove "passiu" que no busca ajuda ni contacta amb nosaltres i sol tenir de 16 a 20 anys, majoritàriament.

Target 2: Joves "Autònom/actiu" que busca ajuda per trobar feina, aconseguir formació, informar-se, etc. i normalment es troba entre els 21 i 29 anys (inclús aquí els perfils són diferenciats entre 20-24 i 25-29).

Hi ha un tercer interès que és el d'**emprendre** però que no és tant prioritari. En aquest cas ens adrecem normalment al segment d'edat del target 2: joves de 21 a 29 anys que estan pensant emprendre o tenen una idea de negoci i necessiten suport per posar-la en marxa.

Secundari: els pares i altres familiars d'aquestes persones joves, que puguin fer de prescriptors (homes i dones de més de 45 anys, residents a l'àmbit metropolità de Barcelona). Aquest target és secundari i com a tal no es preveu destinar-hi accions directes, sinó que es considera com a destinatari colateral en mitjans que no permeten una segmentació acurada.

** Per a més informació veure annex 1 d'aquest plec*

3. OBJECTIUS ESTRATÈGICS DE LA NOSTRA COMUNICACIÓ DIGITAL ADREÇADA A JOVES

- Donar a conèixer el nou Convent per a Joves i tots els serveis que ofereix Barcelona Activa als joves de Barcelona.
- Generar visites al renovat equipament.
- Generar tràfic online a la landing de Joves, així com al web de Barcelona Activa, entre el target de la campanya per tal de conèixer més a fons l'agència, la seva oferta de serveis i les diferents formes de contacte: atenció personal, telefònica o online.
- Augmentar el nombre d'inscripcions de joves als nostres programes, cursos, serveis, esdeveniments, etc., presencials, en streaming i on-line, sobre tot als especialment dissenyats per a joves.
- Donar a conèixer el nou canal de Tik Tok i Instagram i aconseguir captar nous seguidors. A través d'aquests, donar a conèixer també el nostre canal de Twitter, LinkedIn i Youtube.
- Millorar la imatge de l'Ajuntament de Barcelona presentant-lo com a impulsor de noves polítiques adreçades a aquest col·lectiu, treballant per lluitar contra l'atur juvenil, facilitar l'empenedoria juvenil, augmentar la seva capacitació professional, etc.

En concret, als nous canals Tik Tok i Instagram els objectius són els següents:



- Engagement: guanyar seguidors amb la generació de continguts rellevants, innovadors, afins a la plataforma i amb potencialitat de ser compartits i que actuïn com a prescriptors de la marca per al públic jove. L'objectiu per 2023 seria arribar mínim als **1.000** seguidors a TikTok i **2.000** seguidors a Instagram.
- Notorietat: Reforçar el paper de les xarxes socials de Barcelona Activa com a canal d'entrada de peticions i consultes referents a l'actualitat dels programes, activitats i serveis. Per tant, incrementar en un 20% el tràfic a la *landing* de joves provinent de xarxes socials respecte al primer trimestre de 2022.
- Segmentació: Millorar la presència en xarxes i Internet dels continguts i serveis específics per al col·lectiu més jove susceptible de ser beneficiari de les dinàmiques, programes, activitats i accions de Barcelona Activa. En aquest sentit, plantejem noves estratègies per aconseguir la captació d'aquest col·lectiu.

4. TO I ESTIL

El to en el qual ens volem dirigir al target ha de ser proper, *friendly* i motivador, ha d'utilitzar un llenguatge que aquest col·lectiu compregui i amb el qual es pugui sentir familiaritzat. Ha de transmetre informació ràpida, atractiva i de gran impacte. Els continguts seran reals, propers i interactius, de duració curta i fàcil consum, que reflecteixin la realitat dels joves.

El to i l'estil de comunicació també ha de ser efectiu i capaç de connectar amb el jovent, s'ha de trobar l'equilibri entre un llenguatge corporatiu i un to proper i afí a aquest col·lectiu.

Algunes pautes a considerar en les comunicacions i creativitats son les següents:

- Missatges **creatius i de gran impacte** per cridar l'atenció dels joves seguint les tendències d'aquestes dues xarxes socials.
- Cal utilitzar un **llenguatge clar, entenedor, breu i concís**. El públic jove sovint és impacient i està acostumat a tenir les coses accessibles, ràpides, directes i fàcils. És més fàcil cridar la seva atenció si els presentem els continguts de manera clara i concisa.
- **To proper** amb el que se sentin còmodes i habituats.
- Emprar un tipus de **vocabulari que utilitzin ells/elles per comunicar-se** en el seu dia a dia, mantenint la formalitat. S'ha d'intentar utilitzar un llenguatge on se sentin involucrats i on no considerin que el missatge no va amb ells/elles.
- Un llenguatge **integrador i no sexista**.
- Imatges que incorporin la **paritat de sexes**, la **diversitat** (tant de discapacitats, origen o intergeneracional). Cal buscar una major identificació entre l'organització i l'usuari/ària.

* Per a més informació veure annex 1 d'aquest plec

5. ABAST DEL SERVEI

Els serveis objecte d'aquest contracte consistiran en la **dinamització de les activitats del Convent de Sant Agustí i dels canals de comunicació de Barcelona Activa adreçats als joves**, que inclou l'estratègia i monitorització d'activitats off-line al Convent i dels nous canals on-line TIK TOK i INSTAGRAM de Barcelona Activa adreçats als Joves. Aquests serveis inclouen la creació de textos, imatges, edició de vídeos curts, creació d'infografies i altres materials que es requereixin per a l'actualització i dinamització d'aquests canals.

El servei es definirà en base als punts següents:

1. Elaboració del pla de comunicació anual dels nous canals Tik Tok i Instagram i seguiment de les tendències entre el públic jove.

- El pla de comunicació digital serà un document obert que s'anirà completant i treballant entre les dues parts. Es preveu que sigui una eina que contribueixi a dissenyar l'estratègia *on line* i multicanal dels canals de Tik Tok i Instagram de Barcelona Activa dirigits als joves.



- Adaptació de la marca joves al manual d'identitat gràfica corporatiu actual per a les noves plataformes socials i canals paid. Manual d'estil gràfic, de to, de text, de hashtags, etc., que haurà d'estar en constant actualització.
- Seguiment de les tendències entre el públic jove. Estudi continuat de les tendències que pauten el comportament off-line i on-line dels i les joves, anàlisi de referents de continguts adreçats a joves que funcionin, pluja d'idees basada en el context del target, recomanació de noves tendències de comunicació, recomanació de nous talents, trends, àudios i hashtags populars de l'entorn digital, etc.

2. Creació i dinamització del nou canal TikTok de Barcelona Activa adreçat a Joves: creació i publicació de continguts, propostes d'accions per augmentar la difusió, recull d'indicadors, etc.

Per tal de promoure l'interès dels seguidors i afavorir la taxa d'interacció, és necessari dissenyar accions creatives i gràfiques (infografies, fotos i breus vídeos subtítulats) adaptades a aquesta xarxa social, per comunicar diferents accions i projectes.

Cal fer una dinamització constant d'aquest nou canal de Barcelona Activa, amb accions adaptades al *target* jove. El servei tindrà, com a mínim, la següent cadència de publicació: **4-6 vídeos al mes**.

Durant els períodes de vacances el nivell de publicacions es reduirà.

Necessitats:

- Creació d'una estratègia per aquesta xarxa social.
- Assessorament de l'estratègia de TikTok Ads.
- Gestió integral de la comunitat a Tik Tok.
- Verificació del perfil, optimització de la biografia i implementació de la imatge corporativa.
- Generació de l'estil gràfic amb una proposta validada de subtítols, cairons, logotips i aquells elements que sigui escaient considerar.
- Definició d'una metodologia d'aplicació d'efectes, filtres, stickers i similars.
- Assessorament en la promoció de continguts (recomanació de tendències, músiques i etiquetes al canal).

3. Creació i dinamització del nou canal Instagram adreçat a Joves: creació i publicació de continguts, propostes d'accions per augmentar la difusió, recull d'indicadors, etc.

Per tal de promoure l'interès dels seguidors i afavorir la taxa d'interacció, és necessari dissenyar accions creatives i gràfiques (infografies, fotos, gràfics, breus vídeos subtítulats) adaptades a cada xarxa social, per comunicar diferents accions i projectes.

Cal fer una dinamització constant d'aquest nou canal de Barcelona Activa, amb accions adaptades al *target* jove. El servei tindrà, com a mínim, la següent cadència de publicació: **6-9 continguts (feed), 2 Reels i 12 Stories al mes**.

Durant els períodes de vacances el nivell de publicacions es reduirà.

Necessitats:

- Creació d'una estratègia per a aquesta xarxa social.
- Assessorament de l'estratègia d'Instagram Ads.
- Gestió integral de la comunitat de Joves a Instagram.
- Verificació del perfil, optimització de la biografia i implementació de la imatge corporativa.
- Publicació de continguts en relació a l'estratègia determinada.
- Assessorament en la promoció de continguts (recomanació de tendències, músiques i etiquetes al canal).
- Atenció a la comunitat a partir de la missatgeria del canal.

4. Dinamització i organització d'activitats presencials del Convent per a joves, tant pròpies, en col·laboració amb entitats, com de cessió a tercers: workshops, afterworks, activitats, performance, webinars, etc.



- a) Organització de 12 xerrades anuals (1 al mes aprox.) amb les entitats relacionades amb el públic jove, del territori, d'ocupació, socials, etc. Algunes de les entitats amb les quals podem col·laborar són: Centre LGTBI, Formació i Treball, PIMEC Joves Barcelona, Centre Cruïlla, etc...
- b) Dinamització dels espais de participació del Convent.

5. Dinamitzador/ host social media: per dinamitzar les activitats off i online des del Convent, disposarem d'un host, persona dinamitzadora o expert/a en comunicació qui tindrà l'objectiu d'aportar valor amb accions creatives i actuals que activin i promocionin l'equipament:

- Assistència de 8 hores setmanals presencials al Convent
- Retransmissions en directe
- Redacció de textos per a les creativitats
- Community management
- Escolta activa i resposta als usuaris: esdevé estratègic tenir una escolta activa del que està passant a les xarxes de Barcelona Activa i donar resposta a qualsevol dubte o neguit de les persones usuàries. L'empresa adjudicatària haurà de respondre aquells comentaris, dubtes i preguntes més habituals. Les qüestions que no se sàpiguin resoldre es consultaran al departament de Comunicació de Barcelona Activa, qui decidirà com procedir.
- Creació d'un calendari a mes vista que inclourà els continguts offline (xerrades, actes...) i online (d'Instagram, Instagram Reels i TikTok).
- Proposta d'una xerrada mensual
- Gestió d'una activitat de co-branding amb les entitats de joves, del territori, socials, etc., de la ciutat.
- Proposta de forma proactiva de diferents activitats i col·laboracions interessants per al públic jove, com ara: festivals de música, marques, organitzacions, perfils d'Instagram, *influencers*, grups socials, *workshops*, tallers, debats, taules rodones, conferències amb referents del món laboral o de creació de continguts d'àmbits concrets (matemàtiques, art, música, etc.).

6. Col·laboració amb influencers d'interès pel nostre públic jove.

Dotze col·laboracions anuals (una mensual) amb creadors de contingut interessants per al públic jove, persones amb les quals els i les joves connectin i es puguin sentir identificats/ades. Aquesta persona ha d'estar vinculat/ada amb el sector en qüestió.

7. Disseny, redacció i producció dels vídeos

El contingut estàtic cada vegada és menys atractiu per als usuaris/àries i el dinàmic està creixent considerablement en totes les xarxes socials. Parlem de vídeos curts que tractin un tema d'interès i que aconseguen captar l'atenció dels usuaris/àries de principi a fi.

Algunes accions online poden incloure el disseny i producció d'aquest material audiovisual, gravació, edició i muntatge de vídeos creatius, curts, directes, dinàmics i atractius. Aquest material ha de ser interessant, d'estil *friendly*, amb un llenguatge jove i creatiu, de duració curta i fàcil consum, que reflecteixin la realitat dels i les joves.

També poden ser vídeos testimonials reals i propers que expliquin experiències que han viscut els i les joves amb els serveis o programes de Barcelona Activa, i que puguin servir de motivació per a altres joves.

8. Procés de treball

- a) **Reunions quinzenals:** cada dues setmanes, es farà una reunió amb els tècnics de Barcelona Activa i el departament de Comunicació. En aquestes reunions es compartiran els fets més destacables de l'activitat a xxss de la setmana anterior i les xifres més rellevants, es proposaran millores i accions interessants a dur a terme i es planificaran els temes a comunicar aquella setmana.
- b) **Informes quinzenals:** durant la setmana següent a la quinzena en curs, es lliurarà un breu resum de l'activitat quinzenal, conclusions i dades més rellevants (nombre de likes i seguidors, engagement, impressions, etc.).



- c) **Teams i Planning compartit:** Per coordinar l'activitat diària i compartir la informació es treballarà amb una eina compartida (preferiblement Teams), que caldrà organitzar per carpetes i grups de xat que permeten el control i el seguiment de les diferents tasques.

6. PRESTACIÓ DEL SERVEI

El personal de l'empresa contractada elaborarà una previsió de les tasques a realitzar a partir de la informació recollida en la reunió quinzenal amb l'equip de Comunicació de Barcelona Activa. El departament serà l'encarregat de donar el vistiplau i confirmar la finalització de les diferents tasques. El canal de comunicació diària, com s'ha detallat al punt anterior, serà Teams.

L'empresa adjudicatària haurà de realitzar un mínim de 15 hores de formació a l'any a l'equip tècnic i de Comunicació de Barcelona Activa (20 persones aprox.) sobre de temàtiques relacionades amb noves tendències de comunicació, i de consum i hàbits dels i les joves.

El preu del contracte inclou totes les despeses necessàries per a la prestació dels serveis demanats (material tècnic, equip humà, línies de comunicacions, eines de treball, benefici industrial, etc.).

6.1. Recursos humans per a la prestació del servei

Per a la prestació dels serveis sol·licitats s'ha calculat un número aproximat d'hores mensuals requerides **corresponents als següents perfils:**

- Cap de projecte: 130h/mes
- Dinamitzador/Host Social Media: 40h/mes
- Community Manager: 90 h/mes
- Dissenyador/a creatiu: 70 h/mes
- Social Media Manager: 40 h/mes
- Director/a creatiu: 40 h/mes
- Tècnic productor/a de vídeos: 40 h/mes

Les persones que realitzin les funcions dels perfils descrits han de tenir coneixements en *social media strategy*, competències de creativitat, nocions de disseny, experiència amb el públic Jove i habilitats de redacció.

En el cas de les funcions de cap de projecte, es requereix a més visió estratègica i capacitat de generar continguts.

Aquests perfils es poden ampliar i millorar a la proposta tècnica de l'empresa sol·licitant. En qualsevol cas, els perfils proposats han de ser capaços d'elaborar els continguts tal i com s'ha descrit en aquest plec, tant per capacitat com per mitjans tecnològics disponibles, incloent la realització de vídeos i entrevistes curtes per al seu ús en xarxes socials.

Així, a nivell tecnològic, es requerirà equipament per enregistrar imatges HD (mòbil d'última generació o càmera) i micròfons direccionals per assegurar un resultat de qualitat.

6.2. Horari i nivell de servei

Barcelona Activa considera que per assolir les tasques diàries l'empresa contractista haurà de tenir disponibilitat dintre de l'horari de Barcelona Activa (de dilluns a divendres de 9h a 18:30h).

Es podrà demanar de forma excepcional, flexibilitat en aquest horari per tal d'assolir les diferents fites, com ara cobrir actes rellevants per al servei.

Durant els períodes vacacionals caldrà garantir un servei mínim per a la dinamització de xarxes socials.



7. ANNEXOS PPT

Annex 1: Anàlisi estratègic del públic objectiu "Joves" realitzat al segon trimestre del 2022

Annex 2: Manual d'identitat gràfica de Barcelona Activa

Annex 3: Projecte de remodelació del Convent

Annex 4: Arxius editables AAFF Joves Jo+

Annex 5: EcosistemaDigital2022

Enllaç de Dropbox amb els 5 annexos:

<https://www.dropbox.com/scl/fo/f9t64zr0ged4rrupma5so/h?dl=0&rlkey=kh4fq038f6ns0luda5hsbiqn>

Maria Vilà Brecha
Directora de Comunicació