



INFORME DE NECESSITAT DEL CONTRACTE MENOR AMB CONCURRENCIA

Dades del contracte

Núm. expedient: C250000006	Petició de contracte: 006_P2401173
Orgànic: 1223	Òrgan peticionari: 01400178
CPV: 79340000-9	Tipus contracte: Serveis
Programa: 33423	Econòmic: 22605
Ús de sistemes d'informació: No	Propietat: -
Tècnic responsable del contracte: Eduard de Vicente Gran	
Objecte: Tasques de dinamització de públics i gestió de xarxes del festival Dansa Metropolitana 2025	
Pressupost de licitació (IVA inclòs) 18.148,79 € IVA tipus 21% 3.149,79 € Pressupost net (sense l'IVA) 14.999,00 € <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 2025, 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 2025 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 llindars 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 públics i de les xarxes socials del festival Dansa Metropolitana 2025.

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

Gestió i estratègia de dinamització de públics

- Coneixement del sector de les arts escèniques a Barcelona, i de les dinàmiques de captació de públics de teatres i festivals.
- Coneixement professional i experiència acreditada en serveis de gestió i dinamització de públics.
- Capacitat de disseny i implementació d'accions de màrqueting, de comunicació digital, accions per a mitjans, de relacions públiques, per a xarxes socials i propostes innovadores.
- Capacitat d'elaboració d'una proposta d'accions a portar a terme (acords, concursos, promocions, accions singulars... en funció de la tipologia d'espectacle)
- Elaboració d'un calendari d'accions a partir de la graella de programació i de l'estratègia i calendari de comunicació.
- Elaboració i redacció del material comunicatiu relacionat amb les accions de públics.
- Seguiment dels acords transversals establerts a l'anterior edició del festival i implementació d'estratègies per tal de reforçar-los i ampliar-los.
- Elaboració d'una memòria de gestió de públics que inclogui totes les accions realitzades, materials generats i valoració de tasques.
- Capacitat de coordinació amb diferents interlocutors (cies, creadors, director de festival, tècnics responsables, etc.) per dur a terme les accions previstes.



Gestió de les xarxes socials

- Coneixements de comunicació digital i social media en xarxes amb grans comunitats (min. 25.000 seguidors)
- Coneixement d'anàlisi i elaboració d'estratègies de SEO i gestió de campanyes de màrqueting digital.
- Domini de Hootsuite i Tweetdeck, així com de Google Analytics, Twitter Analytics i Facebook Business Manager, programació d'anuncis a XXSS i HTML.
- Ús avançat de programes de disseny gràfic (Photoshop o similar) ja que es requerirà la creació de grafismes, banners, animacions i cartel·les.
- Ús de la fotografia en seguiments o bé a Instagram: L'empresa serà la responsable d'anar a fer fotografies amb els diferents espais acordats així com també gestionarà la cessió dels drets de les fotografies per tal de poder-les utilitzar a xarxes.
- Es gestionaran les següents xarxes socials, però es tindrà en compte la incorporació de possibles noves plataformes i canals que puguin sorgir durant l'execució del contracte:
 - Facebook: Publicació d'un mínim de 5 posts per setmana.
 - Facebook Stories: Publicació d'un mínim de 5 continguts al mes.
 - Instagram: Publicació d'un mínim d'1 publicació diària al timeline.
 - Instagram Stories: Publicació d'un mínim de 2 o 3 diaris.
 - Twitter: Publicació d'un mínim de 5 tweets diaris. Amb un màxim d'un 20% de retweets.
 - Youtube: Publicació de vídeos de l'esdeveniment al seu canal i coordinació dels streamings en directe.
- Caldrà fer seguiment de notificacions (likes, compartits, comentaris...), interactuant amb els seguidors, gestió de la imatge del perfil (canvis de capçaleres, de foto de perfil, de visualització del mur, etc.), recerca dels hashtags relacionats amb el festival per crear interacció i atenció a preguntes o queixes de l'usuari en un màxim de 48 hores.
- Les imatges que es publiquin a les xarxes hauran de ser pròpies o amb autorització del seu autor. A més, hauran de complir els requisits tècnics de cada canal.
- Retransmissions en directe i cobertura 2.0 de moments d'especial rellevància, (espectacles, xerrades i actes del festival). Es consensuaran els esdeveniments a cobrir i el criteri per a seleccionar-los, segons els interessos comunicatius del programa.
- L'empresa adjudicatària estarà disposada en tot moment a treballar de forma paral·lela i conjunta amb altres proveïdors en serveis, ja es tracti de dissenyadors, agències, gestors web, etc.
- En acabar el festival es farà un resum amb indicadors qualitius i quantitatius amb anàlisis, valoracions i mètriques que visualitzin l'engagement del contingut a les xarxes socials, i es farà un anàlisi de les publicacions que han tingut un major èxit a les diferents xarxes socials i també d'aquelles que han portat més tràfic al web. Els informes hauran d'incloure: impressions, abast, interaccions, seguidors i publicacions i dades sobre les campanyes de pagament quan es facin.



Requisits tècnics

Els licitadors hauran de tenir:

1. Experiència acreditable en la gestió i dinamització de públics d'arts escèniques per a festivals i actes realitzats per l'Ajuntament de Barcelona, i/o en municipis de més de 300.000 habitants, en els últims tres anys.
2. Experiència acreditable en serveis de comunicació digital i social media en xarxes amb comunitats de més de 25.000 seguidors d'esdeveniments culturals impulsats per l'Ajuntament de Barcelona, i/o en municipis de més de 300.000 habitants, en els últims tres anys.
3. Coneixement profund del festival Dansa Metropolitana així com de les companyies i col·lectius del sector de la dansa de la ciutat de Barcelona i de l'Estat Espanyol.
4. Coneixement de la gestió i funcionament dels esdeveniments culturals i d'arts escèniques promoguts per institucions públiques.
5. Coneixements de català i castellà, a tots els nivells; i ampli coneixement d'anglès. Correcció ortogràfica i gramatical de tots els textos que es generin.
6. Disposar de la infraestructura tecnològica necessària per assumir els requeriments dels serveis inclosos en aquest contracte.
7. Disponibilitat per a reunions periòdiques amb el Departament de Comunicació de l'ICUB i el director artístic del festival, per fer seguiment del procés i establir línies de treball i objectius.

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 2025.

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

Les empreses ofertants hauran d'enviar les seves ofertes **mitjançant el Portal de Contractació Electrònica de l'Ajuntament de Barcelona** (<https://licitacions.bcn.cat/>). No s'admetrà cap altra forma d'enviament o lliurament de l'oferta.

L'oferta s'haurà d'emplenar segons el model de presentació d'ofertes que s'adjunta. L'oferta haurà d'estar degudament signada per l'empresa.



Notificació de l'adjudicació

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