



**Ajuntament
de Barcelona**

Institut de Cultura

Palau de la Virreina
La Rambla, 99
08002 Barcelona
Telèfon 933 161 000
www.cultura.barcelona

Informe justificatiu de necessitat, idoneïtat i eficiència del contracte per a l'execució dels serveis de continguts, gestió digital i xarxes socials del Servei de Cultura Popular

Número contracte: 006_24002539

Procediment: Obert

Qualificació: Serveis (administratiu)

Objecte: servei especialitzat en gestió de comunicació digital i de continguts per al calendari anual de les activitats de cultura popular de Barcelona.

CPV: 79340000-9 Serveis de publicitat i de màrqueting.

Pressupost de licitació (IVA inclòs): 65.521,50 euros

IVA tipus: 11.371,50 euros, amb un tipus del 21%.

Pressupost net (sense l'IVA): 54.150,00 euros.

Valor Estimat del contracte: 162.450,00 euros.

Contracte reservat: NO

Lots: No

Índex

1.--- ANTECEDENTS	3
2---- EXPOSICIÓ DE LES NECESSITATS DETECTADES I JUSTIFICACIÓ DE LA SOLUCIÓ ESCOLLIDA	3
3---- OBJECTE, PRESTACIÓ CONCRETA QUE ES VOL CONTRACTAR, I MODALITAT DE CONTRACTE QUE MILLOR S'AJUSTA A LES NECESSITATS DETECTADES I RELACIÓ DEL SEU CICLE DE VIDA	4
4.--- DIVISIÓ EN LOTS	5
5 -- PRESSUPOST BASE DE LICITACIÓ I VALOR ESTIMAT DEL CONTRACTE (VEC)	5
6.--- IMPUTACIÓ PRESSUPOST MUNICIPAL	7
7.--- PROCEDIMENT D'ADJUDICACIÓ	8
8---- CONDICIONS D'APTITUD I DE SOLVÈNCIA TÈCNICA, ECONÒMICA I FINANCERA DE LES EMPRESES	8
9---- CRITERIS D'ADJUDICACIÓ I JUSTIFICACIÓ DE LA PROPORCIONALITAT DE LA PUNTUACIÓ ASSIGNADA A CADA CRITERI RESPECTE DEL TOTAL DE CRITERIS A CONSIDERAR	10
10- - CRITERIS PER DIRIMIR EL DESEMPAT	14
11- - MESA DE CONTRACTACIÓ	15
12- - GARANTIES	15
13- - TERMINI D'EXECUCIÓ	15
14- - TERMINI DE GARANTIA	15
15- - CONDICIONS ESPECIALS D'EXECUCIÓ	16
16- - PAGAMENT DEL PREU	16
17- - MODIFICACIONS DEL CONTRACTE	16
18- - REVISIÓ DE PREUS	16
19- - SUBCONTRACTACIÓ	17
20- - CESSIÓ DEL CONTRACTE	17



1. ANTECEDENTS

L'Institut de Cultura de Barcelona com a entitat cultural té entre les seves finalitats impulsar el desenvolupament i divulgació de la cultura des de les diferents formes d'expressió. Actuant com a impulsor i promotor cultural necessita recursos específics per tal de portar a terme les accions adients que tenen per objecte la comunicació i difusió de les activitats que programa anualment i que emanen de la seva missió.

El Departament de Comunicació de l'Institut de Cultura és el departament que té assignades les competències en matèria de comunicació i difusió de les activitats i de la producció cultural.

L'Institut de Cultura de Barcelona, a través del Servei de Cultura Popular, s'encarrega de la difusió i promoció de les activitats de cultura popular que es fan a la ciutat i que diferents entitats, associacions i departaments municipals impulsen en tots els barris i districtes de la ciutat.

Una cultura que s'estructura en diferents àmbits (artesanía, construccions humanes, dansa, focs, imatgeria festiva, música, teatre, etc.); i que té les principals –que no úniques– representacions en esdeveniments com: Cicle Festiu de Sant Antoni, Carnaval, Santa Eulàlia, Corpus, Sant Joan, Tots Sants i Nadal.

2. EXPOSICIÓ DE LES NECESSITATS DETECTADES I JUSTIFICACIÓ DE LA SOLUCIÓ ESCOLLIDA

Considerant que la finalitat consisteix en fer arribar a ciutadania i visitants tota la informació sobre les activitats relacionades amb la cultura popular, així com la divulgació de la història i significats d'aquestes, les accions comunicatives digitals es consideren una eina fonamental. Una eina que ens permetrà difondre l'activitat, divulgar el patrimoni immaterial que suposen aquestes manifestacions culturals i fomentar la participació de la ciutadania.

Per tot això, es considera necessari garantir l'eficàcia de la comunicació digital mitjançant la contractació externa dels serveis de gestió i manteniment dels canals i plataformes digitals de Cultura Popular, així com de la creació, redacció i edició dels continguts d'aquests suports, que també han de servir per als materials offline. És necessària, doncs l'elaboració d'un pla de comunicació i estratègia online, manteniment web, gestió de les xarxes socials, e-mail màrqueting o la redacció de continguts digitals.

L'ICUB no disposa de mitjans ni recursos tècnics adients per realitzar aquestes actuacions, motiu pel qual cal procedir a l'auxili mitjançant la contractació amb tercers, tot d'acord amb l'objectiu d'estabilitat pressupostària i control de despesa, i amb total respecte als principis d'eficàcia, eficiència, publicitat, transparència, no discriminació i igualtat de tracte.

Tanmateix, per tal d'assegurar una correcta realització de la prestació i per donar resposta també a aquestes necessitats, alhora de fer possible l'aportació de noves millores o solucions més eficients i eficaces en futures licitacions a la necessitat detectada, es considera una durada mínima del contracte d'1 any i amb possibilitat de 2 pròrrogues d'1 any cadascuna d'elles (1+1+1).



D'acord amb els principis exposats, es considera que l'opció més eficient i eficaç que assegura la millor resposta a les necessitats detectades és la **contractació d'un servei especialitzat en gestió de comunicació digital i de continguts i que, a més, estigui familiaritzat amb l'univers de la cultura popular barcelonina.**

Fent referència a l'article 70 de la LCSP, es posa de manifest que cap empresa externa a l'Ajuntament de Barcelona ha participat prèviament en l'elaboració de les especificacions tècniques o dels documents preparatoris del contracte o ha assessorat a l'òrgan de contractació durant la preparació del procediment de contractació.

3. OBJECTE, PRESTACIÓ CONCRETA QUE ES VOL CONTRACTAR, I MODALITAT DE CONTRACTE QUE MILLOR S'AJUSTA A LES NECESSITATS DETECTADES I RELACIÓ DEL SEU CICLE DE VIDA

Considerant que la millor solució consisteix en la **contractació d'un servei especialitzat en gestió de comunicació digital i de continguts per al calendari anual de les activitats de cultura popular de Barcelona**, cal indicar que les fases del cicle productiu de l'objecte del contracte són les següents:

- La creació, gestió i el manteniment dels continguts de les pàgines web i del butlletí periòdic.
- Adaptació d'aquests contingut als elements offline.
- La creació, la gestió i el manteniment dels continguts de xarxes socials.
- Assessorament tècnic en l'ús de noves tecnologies.
- Gestió de campanyes d'informació i comunicació a webs i xarxes socials.
- Promoció de publicitat a les xarxes socials.
- Indicadors i anàlisi de dades.

Per la qual cosa, qualsevol millora social i/o ambiental vinculant de forma directa amb qualsevol fase en l'execució d'aquest cicle de vida esdevé una millora qualitativa o quantitativa que cal ponderar amb el preu del contracte per tal que esdevingui una contractació eficaç i eficient.

La prestació es realitza generalment a les dependències de l'adjudicatari, tret de reunions puntuals de seguiment.

Les millores ofertades pels licitadors en aquests aspectes tenen la consideració de condicions especials d'execució.

En l'objecte del contracte s'incorporen les mesures de contractació pública sostenible següents:

- El pagament directe del preu a les empreses subcontractades.
- L'acreditació del pagament en termini a les empreses subcontractades.

4. DIVISIÓ EN LOTS

No es preveu la divisió en lots del present contracte atenent a raons conceptuals, tècniques i de desenvolupament operatiu, relacionades amb la necessitat de coordinació única de la gestió digital de totes les activitats de Cultura Popular.



Per la naturalesa de les prestacions no és possible entendre aquestes com una realització i aprofitament individual i funcional de les mateixes que permetin ser executades de forma independent. A més caldria exigir una coordinació i planificació global dels treballs per a una correcta execució global de les prestacions que resulta desproporcionada per a les finalitats d'interès públic que es persegueixen en l'execució d'aquestes, fet pel qual permet concloure que les prestacions no poden ser executades de forma independent sense menyscabar la correcta execució dels treballs i una correcta assignació dels recursos públics proporcionals a la finalitat requerida.

5. PERSONA INTERLOCUTORA I RESPONSABLE DEL CONTRACTE

Es designa a Luis Miguel García Vega, tècnic del Departament de Comunicació, Direcció de Recursos de l'ICUB, amb adreça electrònica lgarciav@bcn.cat, com la persona interlocutora del contracte.

Així mateix, es designa a Montserrat González Martí, TS Comunicació i Cap del Departament de Comunicació de l'ICUB, amb adreça montserratgonzalez@bcn.cat, com a persona que actua en defensa de l'interès general, per obtenir i verificar l'acompliment de les obligacions del contractista, especialment en relació a la qualitat en la prestació del servei, d'acord amb l'article 62.3 LCSP.

6. DURADA DEL CONTRACTE

La durada de les prestacions serà d'1 any a comptar des del 24 de juliol de 2025, o bé des de l'endemà de la seva formalització si aquesta fos posterior. Es contempla la possibilitat de realitzar 2 pròrrogues d'1 any cadascuna.

7. PRESSUPOST BASE DE LICITACIÓ I VALOR ESTIMAT DEL CONTRACTE (VEC)

El pressupost base de licitació és de **65.176,65 euros**. **El pressupost net de 53.865,00 euros i l'IVA de 11.311,65 euros, amb un tipus del 21%**. La quantitat indicada en el paràgraf anterior com a pressupost net, constitueix la xifra màxima per sobre de la qual s'estimarà que les ofertes dels licitadors excedeixen el tipus de la licitació.

El pressupost del contracte ha de ser presentat en euros pels licitadors.

El sistema de determinació del preu és **a tant alçat** i les ofertes que excedeixin el pressupost de licitació, IVA exclòs, resultaran excloses del procediment.

El desglossament del pressupost net, sense l'IVA, en costos directes i indirectes es considera que és el següent:

Costos directes	Import
Salaris (inclosos costos SS)	45.500,00 €
Campanyes publicitàries	2.000,00 €



TOTAL	47.500,00 €
-------	-------------

Costos indirectes	
Despeses grals estructura (5%)	2.375,00 €

Total COSTOS	49.875,00 €
--------------	-------------

Benefici industrial (8%)	3.990,00 €
TOTAL	53.865,00 €

La partida de campanyes publicitàries és d'un import de 2.000 euros més IVA, i es destinarà a abonar les campanyes de publicitat a les xarxes socials que s'indiquen a la Clàusula 4.5.4. del PPT "Inversió en publicitat en xarxes". Les licitadores no podran oferir cap baixa respecte d'aquesta partida. L'adjudicatària haurà de destinar aquesta partida al fi previst en aquest PPT i no podrà destinar en cap cas aquest import a altres tasques sense autorització prèvia de la Direcció de Comunicació de l'ICUB.

Davant la inexistència de conveni sectorial de referència, l'estimació dels costos salarials s'ha calculat prenent com a referència [La Guia del Mercat Laboral de Hays 2024](#) per al sector Digital. Els costos indicats inclouen els costos de la Seguretat Social.

Els càlculs s'han fet per a una plantilla de 3 persones treballadores que ha d'executar el contracte amb les categories professionals i nombre de persones que es detallen a continuació, d'acord amb la Clàusula 4.1 del PPT:

- Digital Account Director
- Social Media Manager
- Content Manager

El següent quadre reflexa la despesa de cada mitjà personal adscrit de manera anual i mensual:

	Brut anual €	Mensual €
Digital Account director	60.000	5.000
Social Media Manager	32.000	2.666,67
Content manager	45.000	3.750



Per a una correcta execució del servei s'ha considerat una estimació del percentatge de dedicació anual de cada perfil:

	Dedicació anual	Nombre de mesos	Cost total anual
Digital Account director	15% jornada	1,8	9.000,00 €
Social Media Manager	100% jornada	12	32.000,00 €
Content manager	10% jornada	1,2	4.500,00 €
TOTAL			45.500,00 €

Atès que el contracte no preveu modificacions i dues pròrrogues d'1 any cadascuna el **valor estimat del contracte s'estima en 160.098,75 €** euros, sense IVA. Els conceptes que inclou són:

Any	VE prestació	VE eventuais pròrrogues	VE modificacions previstes	SUMA
2025	26.932,50 €	--	--	26.932,50 €
2026	26.932,50 €	26.932,50 €	--	53.865,00 €
2027		53.865,00 €	--	53.865,00 €
2028		26.932,50 €	--	26.932,50 €
TOTAL	53.865,00 €	107.730,00 €	--	161.595,00 €

8. IMPUTACIÓ PRESSUPOST MUNICIPAL

Aquest pressupost base de licitació s'ha d'entendre comprensiu de la totalitat de l'objecte del contracte i anirà amb càrrec als pressuposts i partides següents:

Any	Econòmic	Programa	Orgànic	Import net	% IVA	Import IVA	Import total
2025	22605	33415	0423	26.932,50 €	21%	5.655,83 €	32.588,33 €
2026	22605	33415	0423	26.932,50	21%	5.655,83 €	32.588,33 €
TOTAL	22605	33415	0423	53.865,00 €	21%	11.311,65 €	65.176,65 €

Atès que el present contracte comporta despeses de caràcter plurianual, la seva autorització o realització se subordina al crèdit que per a cada exercici autoritzin els respectius Pressupostos municipals.



9. PROCEDIMENT D'ADJUDICACIÓ

Considerant l'import del contracte, la seva durada i les prestacions que constitueix el seu objecte, així com el valor estimat del contracte i els criteris que serviran per a la seva adjudicació, es considera que el més adient és adjudicar aquest contracte mitjançant **procediment obert**.

10. CONDICIONS D'APTITUD I DE SOLVÈNCIA TÈCNICA, ECONÒMICA I FINANCERA DE LES EMPRESES

Per assegurar la idoneïtat de les empreses licitadores s'exigirà la següent solvència econòmica i financera i tècnica o professional mínima:

10.1 SOLVÈNCIA ECONÒMICA I FINANCERA

El volum anual de negocis referit al millor dels tres últims exercicis anteriors a la data de presentació de les proposicions o en funció de les dates de constitució o d'inici d'activitats de l'empresa, ha de tenir un **import igual o superior de 180.000 euros**.

Justificació: Aquesta exigència assegura que l'empresa adjudicatària tindrà la capacitat econòmica suficient per assumir les despeses derivades de l'execució del servei sense comprometre la seva viabilitat financera.

10.2 SOLVÈNCIA TÈCNICA O PROFESSIONAL

- D'acord amb l'article 90.1.a) LCSP, l'import anual, sense incloure els impostos, que l'empresa licitadora ha de declarar com a executat durant l'any de superior execució en el decurs dels últims tres anys en serveis o treballs de naturalesa igual o similar que els que constitueixen l'objecte d'aquest contracte ha de ser **com a mínim de 60.000 euros**.

Justificació: Aquesta exigència permet garantir que les empreses participants tenen una experiència prèvia en la gestió de projectes amb un volum i una complexitat similars, assegurant així un alt nivell de qualitat en el desenvolupament del servei.

El criteri de correspondència entre els serveis executats per l'empresa licitadora i els que constitueixen l'objecte del contracte és la pertinença al mateix subgrup de classificació, si el contracte està enquadrat en algun dels que estableix el Reglament de la Llei de Contractes de les Administracions Públiques (RLCAP), Real Decret 1098/2001, de 12 d'octubre, i en cas contrari, la igualtat entre els tres primers dígits dels respectius codis CPV.

D'acord amb l'article 90.4 LCSP, les empreses amb una antiguitat, computada des de la data d'inscripció en el registre corresponent o, si no procedeix, des de la data de la seva constitució, inferior a cinc anys, declararan la seva solvència tècnica segons el criteri de l'article 90.1, lletra b), LCSP.

- D'acord amb l'article 90.1.b) LCSP, les licitadores hauran de declarar el personal tècnic, integrat o no a l'empresa, participants en el contracte (personal indicat a la Clàusula 4.1 del PPT).



Justificació: Per tal de garantir una execució òptima del contracte, es requereixen professionals amb experiència mínima de 5 anys en serveis descrits al PPT i concretament el Digital Account Director 2 anys (comprendius o no en els 5 anteriors) en gestió de xarxes relacionades amb la cultura popular atès que és un coneixement especialitzat que precisa la figura que dirigirà l'equip. Aquests requisits són imprescindibles per assegurar que les tasques específiques de informació i promoció de les festivitats es duiguin a terme amb la màxima qualitat, minimitzant riscos i maximitzant l'impacte mediàtic sobre la cultura popular barcelonina.

L'empresa adjudicatària destinarà el personal necessari i suficient per a la realització de les tasques encomanades. D'acord amb l'article 76.2 LCSP, les licitadores es comprometen a dedicar o adscriure a l'execució del contracte el personal mínim indicat a la Clàusula 4.1 del PPT. Aquest compromís té caràcter d'obligació essencial i el seu incompliment pot ser objecte de penalització o de resolució contractual.

11. CRITERIS D'ADJUDICACIÓ I JUSTIFICACIÓ DE LA PROPORCIONALITAT DE LA PUNTUACIÓ ASSIGNADA A CADA CRITERI RESPECTE DEL TOTAL DE CRITERIS A CONSIDERAR

Considerant l'objecte del contracte, així com totes les actuacions que integren el seu cicle de vida, es considera adient a fi i efecte de seleccionar la millor oferta en relació qualitat preu, incorporar els criteris següents i amb la proporció que tot seguit s'indica i justifica relacionats per ordre decreixent d'importància:

11.1 CRITERIS DE JUDICI DE VALOR. PUNTUACIÓ TOTAL: 40 PUNTS

Criteri B1: punts Proposta tècnica que descriu la metodologia/organització, la calendarització i les propostes de millora en les tasques de recollida de la informació, redacció i publicació del web i xarxes socials de Cultura Popular per informar i promocionar una festivitat de cultura popular barcelonina, combinat amb la resta de serveis habituals durant un mes. Fins a 40,00

No cal elaborar detalls però sí els trets principals de l'estratègia comunicativa, iniciant la campanya amb una calendarització de la recollida d'informació de les entitats involucrades en la festa escollida, tenint en compte els elements offline (programa de mà, plafons senyalització, etc.) i la publicació web. S'haurà de plantejar també alguna acció de dinamització digital o interacció amb entitats o associacions vinculades a la festa També s'haurà de preveure possibles actuacions de gestió de crisi.

Per elaborar aquesta proposta d'estratègia s'han de seguir les línies generals descrites als apartats 4.2 al 4.7 del PPT.

L'objectiu de la campanya serà informar a tota la ciutadania i aconseguir la major complicitat dels agents involucrats en la cultura popular barcelonina, així com atraure a tots els públics a participar dels elements de la cultura popular, especialment el públic jove.

La proposta tècnica una extensió màxima de 10 pàgines sense comptar portada i



contraportada, lletra Arial 11, marges normals de 2,5 cm superior i inferior, 3 cm esquerra i dreta i espai interlineat simple incloent-hi imatges i gràfics, si s'escau. No es valoraran les pàgines que superin aquesta extensió màxima. A la proposta tècnica es podrà incorporar de manera limitada mostres de treball realitzats pels licitadors que estiguin relacionats amb l'objecte del contracte. Aquest contingut a títol il·lustratiu en cap cas podrà ser superior a 1 pàgina.

Com a mínim, haurà de presentar el següents apartats:

- Recomanacions en la producció de continguts digitals: relat comunicatiu, redacció digital i posicionament SEO-SEM.
- Proposta de quadre de comandament i indicadors de seguiment del pla.
- Fases i calendari de treball per a la posada en marxa de l'estratègia.
- Proposta d'adaptacions de continguts offline aprofitant els continguts digitals.
- Incloure alguna acció de millora en l'estratègia de difusió actual.

Es valoraran les següents qüestions:

1. Concreció (Fins a 10 punts): Es valorarà la concreció de la proposta presentada i la seva adaptació a les necessitats comunicatives de la festivitat. L'objecte del contracte requereix un servei que es concreta en gran quantitat d'especificacions diverses, per aquest motiu és important valorar la concreció de la proposta presentada.

2. Innovació i creativitat (Fins a 10 punts): Es valorarà el caràcter innovador i creatiu de la proposta, tenint en compte les especificitats del sector i les possibilitats que permeten les plataformes amb què es treballarà. Els serveis que es requereixen formen part d'un sector amb un públic molt fidel, que exigeix un exercici de creativitat en el seu desenvolupament per tal d'atraure nous públics, per aquest motiu és important que la proposta tècnica tingui present aquest aspecte en tots els seus apartats.

3. Calendarització (Fins a 10 punts): Es valorarà el coneixement dels timings de la campanya de la festivitat i, per tant, una bona planificació i aplicació de l'estratègia digital.

El Corpus és una de les festes més destacades el cicle de la ciutat i té una campanya que es desplega en diferents fases i moments comunicatius, fet que fa que la seva gestió digital i de continguts requereixi d'una bona planificació.

4. Valor afegit del material audiovisual (Fins a 10 punts): Es valorarà el valor afegit de la proposta respecte a la creació d'imatges per aconseguir un relat visual de les notícies o propostes de reels. El llenguatge a xarxes ja és eminentment visual i per arribar al públic hem de construir un relat a partir de l'edició de missatges i la creació de petites càpsules de vídeo.

La campanya de comunicació del servei és complexa i està en continua actualització. Per això és important que la proposta tècnica incorpori novetats que en garanteixin l'excel·lència i que facilitin els processos o l'eficiència en el seu desplegament. Aquestes novetats han de ser viables i adequar-se al que és la comunicació d'una institució pública.

El sistema de puntuació es ponderarà de la següent manera pels 4 criteris de valoració prèviament exposats (1. concreció, 2. innovació i creativitat, 3. calendarització i 4. valor afegit del material audiovisual):



10,00 punts de cada qüestió seran per a les ofertes que les resolguin de forma adient pel que fa al seu contingut i descriguin de manera adequada, precisa, clara, sistemàtica i organitzada cadascun dels aspectes objecte d'avaluació;

5,00 punts per aquelles que descriguin de forma correcta però bàsica o massa esquemàtica els aspectes objectes d'avaluació;

0,00 punts per aquelles en les quals no es consideri adequat l'enfocament, el contingut i/o continguin alguna carència que demostrï desconeixement o manca d'experiència en les tasques que es plantegen.

No es valoraran aquelles qüestions que no tinguin en compte les particularitats de la festivitat, que siguin redundants o anecdòtiques o de caràcter massa genèric.

11.2 CRITERIS AUTOMÀTICS: PUNTUACIÓ TOTAL 60,00 PUNTS

Criteri C1: OFERTA ECONÒMICA: La ponderació màxima del criteri d'adjudicació del preu ofertat és de 30 punts.

S'atorgarà la màxima puntuació a l'empresa licitadora que formuli el preu més baix que sigui admissible, és a dir, que no sigui anormalment baix i que no superi el pressupost net de licitació i a la resta d'empreses licitadores la distribució de la puntuació es farà aplicant la següent fórmula establerta per Instrucció de la Gerència Municipal i aprovada per Decret d'Alcaldia de 22 de juny de 2017 publicat en la Gaseta Municipal del dia 29 de juny i modificada per Decret d'Alcaldia de 22 de febrer de 2018 publicat en la Gaseta Municipal del dia 5 de març:

$$\left(\frac{\text{Pressupost net licitació} - \text{oferta}}{\text{Pressupost net licitació} - \text{oferta més econòmica}} \right) \times \text{Punts màx} = \text{Puntuació resultant}$$

Es defineixen els següents límits per a la consideració d'ofertes, en principi, amb valors anormals o desproporcionats: un diferencial del 5% per sota de la mitjana de les ofertes o, en el cas d'un únic licitador, del 15% respecte el pressupost net de licitació.

D'acord amb l'article 149.4 LCSP, es rebutjarà l'oferta si es comprova que és anormalment baixa perquè vulnera la normativa sobre subcontractació, no compleix les obligacions aplicables en matèria ambiental, social o laboral establertes en el Dret de la Unió, en el Dret Nacional, els convenis col·lectius sectorials vigents o per les disposicions de Dret internacional.

Criteri C2: Experiència acreditada documentalment amb informes de KPI (Key Performance Indicator) referits a màxim al dia de la publicació de la licitació del Social Media Manager i el Contents Manager, adscrits a l'execució en el camp de la gestió de xarxes socials (Facebook, Instagram o X) del sector de la cultura popular respecte d'allò establert a la Clàusula 4.1 del PPT: Fins a 10,00 PUNTS

- Per haver gestionat en els últims 3 anys un perfil social cultural entre 10.001 i 20.000 seguidors = 2,00 punts en el cas de que sigui un perfil, i 4 punts en el cas de que ho compleixin els dos perfils.
- Per haver gestionat en els últims 3 anys un perfil social cultural entre 20.001 i 40.000 seguidors = 3,00 punts en el cas de que sigui un perfil, i 6 punts en el cas de que ho compleixin els dos perfils.



- Per haver gestionat en els últims 3 anys un perfil social cultural de més de 50.000 seguidors = 5,00 punts en el cas de que sigui un perfil, i 10 punts en el cas de que ho compleixin els dos perfils.

Justificació: El desenvolupament del contracte requereix la gestió de grans comunitats a través de les xarxes socials, aquest encàrrec esdevé en tasques d'informació sobre l'activitat cultural però també d'atenció al ciutadà i gestió d'incidències que, en supòsit de crisi sanitària, esdevenen essencials i prioritàries. Per aquests motius és important, pels perfils que estan més en contacte amb entitats i associacions, i que han de comunicar directament amb la ciutadania, en ocasions amb una resposta que ha de ser molt àgil, una experiència acreditada en xarxes amb gran volum de seguidors. Experiència sobretot en els últims anys, donada la velocitat a la que evolucionen les xarxes.

Per participar en aquest criteri d'adjudicació, la licitadora haurà de fer-ho mitjançant declaració responsable (el model de l'oferta – annex VI) degudament signada seleccionant una de les opcions. La licitadora, si participa en el present criteri, haurà d'aportar juntament amb la seva oferta la documentació acreditativa de l'experiència dels professionals que hagi indicat. La documentació acreditativa són els informes Key Performance Indicator (KPI).

Criteri C3: Per la participació com autor o coautor, col·laborador o editor del personal adscrit al contracte en alguna publicació de temàtica relativa a la cultura popular de Barcelona. Fins a 10,00 punts.

Les publicacions s'estimaran a partir de textos que continguin un mínim de 1.000 paraules, ja siguin llibres, revistes especialitzades o articles en suport digital de mitjans sobre cultura popular.

Es puntua aquest criteri a raó de 2 punts per a cada una de les publicacions, fins a un màxim de 10.

Justificació: Es valora la coneixença i 'expertise' sobre cultura popular, provant aquests coneixements amb publicacions. Amb les publicacions també es pot valorar l'enfocament, la capacitat i habilitat per a la divulgació dels licitadors amb exemples concrets.

Per participar en aquest criteri d'adjudicació, la licitadora haurà de fer-ho mitjançant declaració responsable (el model de l'oferta – annex VI) degudament signada seleccionant una de les opcions. La licitadora, si participa en el present criteri, haurà d'aportar juntament amb la seva oferta la documentació acreditativa, que consisteix en les publicacions realitzades.

Criteri C4: Pel compromís de realitzar, durant les festivitats descrites a la Clàusula 3.1 del PPT, directes a Instagram o Facebook Live més enllà dels exigits a la Clàusula 4.5.2 del PPT: Fins a 10,00 punts

- Per la realització de 3 lives al dia entre les dues xarxes: 2,5 punts
- Per la realització de 4 lives al dia entre les dues xarxes: 5,00 punts
- Per la realització de 5 a 6 lives al dia entre les dues xarxes: 10 punts

Justificació: La cultura popular és un món molt molt viu a la nostra ciutat, i les



seves manifestacions s'amplien. Amb la voluntat de cobrir tots els espais i els angles possibles, necessitem estar preparats per la possibilitat d'ampliar cobertures a xarxes.

S'acreditarà el present criteri automàtic amb una declaració responsable degudament signada.

12. CRITERIS PER DIRIMIR EL DESEMPAT

Si es produeix un empat en la puntuació total entre diverses empreses licitadores s'aplicarà el criteri de desempat tenint en compte com a data del compliment efectiu del fet de desempat el venciment del termini de presentació d'ofertes i havent d'aportar els licitadors les corresponents declaracions o documents acreditatius del seu compliment en el moment en què es produeixi l'empat i de conformitat amb allò establert a l'article 147.1.

Si es produeix un **empat en la puntuació total** entre diverses empreses **licitadores** es podrà aplicar el/els següent/s criteri/is de desempat tenint en compte com a data del compliment efectiu del fet de desempat el venciment del termini de presentació d'ofertes:

- Proposicions presentades per aquelles empreses que tinguin a la plantilla un percentatge de persones treballadores amb discapacitat superior al que els imposi la normativa. Aquest percentatge s'ha de calcular referit a el període dels últims 12 mesos anteriors al moment de finalitzar el termini de presentació d'ofertes
- En aquest supòsit, si diverses empreses licitadores de les que haguessin empatat quant a la proposició més avantatjosa acrediten tenir relació laboral amb persones amb discapacitat en un percentatge superior al que els imposi la normativa, tindrà preferència en l'adjudicació del contracte l'empresa licitadora que disposi del major percentatge de treballadors fixos amb discapacitat a la seva plantilla, en els darrers 12 mesos anteriors al moment que finalitzi la presentació d'ofertes.
- En cas que l'aplicació d'aquest/s criteri/s no doni lloc a desempat es dirimirà mitjançant sorteig.

13. GARANTIES

L'empresa proposada com adjudicatària haurà de dipositar una garantia definitiva per import equivalent al 5% del preu del contracte, IVA exclòs.

14. TERMINI DE GARANTIA

S'estableix un termini mínim de garantia d'1 mes a partir de la data de la recepció de la prestació.

15. CONDICIONS ESPECIALS D'EXECUCIÓ

Es considera necessari, d'acord amb la previsió de l'article 202 LCSP, establir la/les següent/s condició/ns especial/s d'execució del contracte que es consideren vinculades amb el seu objecte, no són discriminatòries i són compatibles amb el dret comunitari:



De caràcter social:

- El pagament directe del preu a les empreses subcontractades.
- L'acreditació del pagament en terminia les empreses subcontractades.

16. PAGAMENT DEL PREU

El pagament del preu es realitzarà mitjançant la presentació de les **factures de forma mensual** i prèvia comprovació i supervisió de les prestacions realitzades.

17. MODIFICACIONS DEL CONTRACTE

Es pot modificar el contracte per les causes imprevistes establertes en l'article 205.2 i 206 LCSP en les condicions i requisits establerts legalment. El procediment per aquesta modificació requerirà l'audiència a la contractista i, si escau, del redactor del projecte o de les especificacions tècniques, i la seva formalització en document administratiu.

18. REVISIÓ DE PREUS

En aquest contracte no es podrà revisar el preu.

19. SUBCONTRACTACIÓ

Es permet la subcontractació de prestacions no principals o substancials del contracte.

D'acord amb la previsió de l'article 215.2.e) LCSP, es considera necessari per motiu de coherència que tots els continguts, tant *online* –web, butlletí i xarxes socials, com les seves adaptacions *offline*, no es puguin subcontractar.

Igualment, la creativitat de tots els materials de difusió, les tasques de disseny gràfic, retoc d'imatges, adaptació i maquetació d'originals no han de ser objecte de subcontractació, de forma que hagin de ser executades i realitzades directament i exclusivament per l'empresa contractista.

Per completar la cobertura pròpia d'algunes festes sí es podrien subcontractar serveis de vídeo pel canal de outube. Però sempre sota la supervisió de l'empresa titular del contracte.

20. CESSIÓ DEL CONTRACTE

Ateses les característiques del contracte no es permet la cessió del contracte.

21. PROPOSTA

Atesos els motius exposats, es proposa l'inici del procediment per a la contractació dels serveis de continguts, gestió digital i xarxes socials del Servei de Cultura Popular, a l'Institut de Cultura de l'Ajuntament de



**Ajuntament
de Barcelona**

Institut de Cultura de Barcelona

Palau de la Virreina

La Rambla, 99

08002 Barcelona

Barcelona per un **import total de licitació de 64.573,16 euros, IVA inclòs, dels quals 53.366,25 euros són pressupost net i 11.206,91 euros són en concepte d'IVA al 21%**, amb càrrec a la previsió d'ingressos i despeses de l'ICUB, i d'acord amb les condicions tècniques que s'annexen, mitjançant un **procediment obert**.