



## INFORME DE NECESSITAT DEL CONTRACTE MENOR AMB CONCURRENCIA

### DADES DEL CONTRACTE

Núm. expedient: C250001253	Petició de contracte: 006_P2500782
Orgànic: 0423	Òrgan peticionari: 01400178
CPV: 79340000-9	Tipus contracte: Serveis
Programa: 33812	Econòmic: 22605
Ús de sistemes d'informació: No	Propietat: -
Tècnic responsable del contracte: Laura Bayo	
Objecte: Estratègia digital, continguts i difusió de xarxes socials BAM i visuals xarxes socials Mercè	
Pressupost de licitació (IVA inclòs) 14.822,50 € IVA tipus 21% <b>Pressupost net</b> (sense l'IVA) 12.250,00 € <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 gestiona la comunicació de La Mercè, la Festa Major de Barcelona, un esdeveniment que se celebra al voltant del dia 24 de setembre (festivitat de La Mercè). La programació festiva de La Mercè ofereix a la ciutadania una àmplia oferta d'espectacles per a tots els públics, entre els quals destaca el festival BAM Barcelona Acció Musical i BAM Acció Cultura Viva.

La programació dels concerts inclosos al festival BAM de La Mercè es difonen a través d'una campanya 360º que inclou senyalització al carrer i als espais que acullen concerts, xarxes socials pròpies, canals digitals – amb una web i una app de referència – i elements en paper (cartellera, programa de mà, etc.).

Les xarxes socials de BAM són l'aparador de tots els concerts de música emergent que es poden gaudir als escenaris a la ciutat de Barcelona durant La Mercè, i dels concerts que tenen lloc a la ciutat de Barcelona la resta de l'any. Aquestes xarxes socials tenen el seu punt àlgid durant els dies de La Mercè i en els dos mesos previs a la celebració de la festa major (a partir de la presentació pública del cartell de concerts al mes de juliol). Tanmateix mantenen la seva activitat durant tot l'any, fent d'altaveu de propostes emergents a la ciutat.

Per a la difusió a les xarxes socials del BAM de tota la programació, cal preveure una estratègia digital, la creació de còpies i de materials visuals dels concerts previstos, la gestió de les xarxes socials, i la recollida i anàlisi d'indicadors.

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.

Les prestacions descrites fan referència a un servei de difusió en xarxes socials global i unitari, que per a una correcta execució dels treballs, no pot fraccionar-se i realitzar-se de forma independent. Aquest fraccionament exigiria una coordinació i una 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. Es conclou, així, que no s'ha fraccionat l'objecte d'aquest contracte per eludir els procediments de contractació, ja que esdevé una unitat funcional que permet el seu aprofitament individual sense la necessitat de prestacions accessòries o complementaries.

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 9/2017, 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.

## **DESCRIPCIÓ DE L'OBJECTE. PRESCRIPCIONS TÈCNIQUES**

Les festes de la Mercè comptem amb canal a xarxes socials específiques per a la difusió del festival BAM, que requereixen de la seva estratègia, elaboració de continguts, difusió i anàlisi d'indicadors.

### Xarxes socials BAM:

Instagram: @FestivalBAM. 14.480 seguidors  
(Dades a 1 de març de 2025)

Amb dades de Mercè 2024, s'estima un màxim de 40 concerts BAM, dels 110 concerts totals de Mercè.

### **Tasques**

Per tal de dur a terme aquesta tasca, el Departament de Comunicació de l'ICUB requereix de l'empresa:

1. Dissenyar, acordar amb l'ICUB i desenvolupar una estratègia per a les xarxes socials del BAM per donar a conèixer el relat del festival, la programació i grups que hi participen, a difondre des de finals de juliol de 2025 (presentació pública dels concerts BAM a La Mercè), durant els dies de La Mercè (quatre dies

entorn al 24 de setembre) i 7 dies després de la seva finalització i fins a la finalització del contracte. L'estratègia a xarxes socials del BAM haurà d'estar relacionada amb la resta de la campanya de comunicació de La Mercè, que serà aportada des de l'ICUB.

2. L'empresa tindrà en compte els perfils a xarxes socials (les mateixes que tingui BAM) dels grups participants en La Mercè en la seva estratègia a través de diferents accions, que seran aprovades pel departament de Comunicació de l'ICUB. Per a tal fi, caldrà contactar-hi per informar i acordar les accions.
3. L'empresa haurà de fer difusió dels continguts textuals, visuals o audiovisuals dels concerts inclosos a La Mercè, d'acord amb l'estratègia de xarxes socials i de públics pactada amb l'ICUB. En aquest sentit l'empresa adjudicatària haurà de preparar copys, visuals i peces audiovisuals, que podran ser compartits amb els grups participants en el festival.
4. Durant els quatre dies del festival BAM i en els mesos previs, caldrà crear continguts que incentivin l'assistència de públic durant La Mercè.
5. La resta de l'any caldrà fer seguiment de la cartellera barcelonina amb especial atenció a la difusió de les activitats musicals programades des de l'Institut de Cultura (Barcelona Districte Cultural, Sons de Ciutat, Cases de la Música, espais de música en viu, etc.).
6. L'idioma principal de les comunicacions de La Mercè és el català, amb la possibilitat de fer alguna publicació en un altre idioma. En el cas de mencions o respostes, es respectarà l'idioma que faci servir l'usuari sempre que sigui possible (castellà i anglès). Caldrà la revisió de tots els continguts previs a la publicació per garantir la correcció ortogràfica. Es requereix Nivell C de català.
7. El disseny dels visuals (amb foto i/o vídeo) a difondre aniran a càrrec de l'empresa. L'empresa rebrà de l'ICUB plantilles (Indesign, Canva o similar) i el material promocional facilitat pels artistes per tal que generi els visuals dels concerts programats a La Mercè. Es preveuen peces per a xarxes socials en format 4:5 i 9:16 de fins a 110 concerts.
8. L'empresa haurà de realitzar també els visuals en format 4:5 i 9:16 d'altres espectacles artístics de La Mercè (fins a 40) amb les plantilles (Indesign, Canva o similar) i el material promocional facilitat pels artistes.
9. Els visuals realitzats per l'empresa seran arxivats en un repositori telemàtic compartit amb el departament de comunicació de l'ICUB, i que es podrà obrir als *community managers* de la resta de xarxes municipals i a l'accés dels artistes i companyies en la forma i dates que l'ICUB consideri d'acord amb la seva estratègia de comunicació.
10. Aquests visuals s'inclouran en la programació digital que realitzi la persona *community manager* del festival BAM i en les programacions de les xarxes de Barcelona Cultura.
11. Caldrà coordinar-se amb la resta de xarxes municipals, amb qui es compartirà la informació i el material generat per a la difusió del BAM.
12. L'ICUB disposarà d'equips de fotògrafs oficials que duran a terme una cobertura informativa d'una selecció de concerts per nodrir les xarxes socials durant els dies de La Mercè. L'empresa adjudicatària complementarà aquesta cobertura informativa *insitu* de les actuacions previstes en el festival durant els



dies de festa major, ja sigui amb copys de text, fotografies d'ambient o petits clips (reels/stories) en almenys 1 dels escenaris BAM cada dia, cobrint almenys 2 actuacions en aquell escenari.

13. L'empresa haurà de preparar calendaris quinzenals de publicacions que haurà de validar amb el departament de Comunicació de l'ICUB.
14. Deu dies després de la celebració de les festes de La Mercè es lliurarà un informe amb mètriques de les xarxes del festival BAM post Mercè per al control de l'estat de les xarxes i la valoració de les accions i de resultats, amb detall de possibles millores.
15. Caldrà preparar un informe anual amb indicadors qualitius i quantitatius amb anàlisis, valoracions i mètriques que visualitzin l'engagement del contingut a les xarxes socials de Festival BAM. A incloure: impressions, abast, interaccions, seguidors i publicacions, així com possibles millores del servei que es desprenguin de l'anàlisi de les dades.
16. Es faran reunions amb l'equip responsable d'ICUB per al seguiment de la gestió de les xarxes socials i atenció a necessitats que sorgeixin durant la prestació del contracte.
17. Seran de compliment obligat els criteris per al manteniment de canals digitals del pla estratègic recollit en la circular núm. 1115/18 de la Gasetta Municipal:  
[https://ajuntament.barcelona.cat/guia-comunicacio-digital/files/GM\\_2018\\_16852.pdf](https://ajuntament.barcelona.cat/guia-comunicacio-digital/files/GM_2018_16852.pdf)
18. Caldrà seguir les indicacions marcades a la Guia de bones pràctiques en les xarxes socials elaborada per l'Institut de Cultura de Barcelona:  
<https://docs.google.com/document/d/1nUshN22tVTxW9sf3INfH8LsYEB2mG8Jg/edit?usp=sharing&oid=116043033079255917081&rtpof=true&sd=true>
19. En cas d'obertura de nou canal a xarxes socials destinats a BAM caldrà preveure la cobertura del servei, tant amb continguts textuals com visuals (fotografies o vídeos) fins a la finalització del servei objecte d'aquesta licitació.
20. Caldrà seguir el volum mínim de publicacions a les xarxes del festival BAM que s'indica:

## **Volum de publicacions**

### Instagram

La gestió del canal d'Instagram inclou:

- Publicació d'un mínim d'1 a 3 publicacions al timeline per setmana, incrementant el nombre de publicacions durant l'esdeveniment a 2 diaris.
- Publicació d'un mínim d'1 a 3 contingut a Instagram Stories per setmana, incrementant el nombre de publicacions durant l'esdeveniment a un mínim de 3 diaris.
- Seguiment de notificacions (likes, compartits, comentaris...), interactuant amb els seguidors.
- Recerca dels hashtags relacionats amb el festival per crear interacció amb els nostres seguidors i possibles futurs seguidors.
- Gestió de la imatge del perfil i contingut de la bio.



- Les fotografies que es penguin a Instagram han de ser pròpies o tenir l'autorització del fotògraf/a

### **Requisits tècnics**

Els licitadors hauran de tenir:

1. Es requereix domini de Metricool, de Indesign o Canva, i d'edició de fotografia i vídeo.
2. Disposar del Nivell C1 de català.
3. Experiència acreditable en serveis de comunicació digital i social media en xarxes d'esdeveniments culturals impulsats per Ens Públics, relacionats amb l'objecte d'aquest contracte, amb comunitats de més de 14.000 seguidors, en tasques d'estratègia i community manager, els darrers tres anys.
4. Coneixement profund del festival BAM així com de les companyies i col·lectius del sector de la ciutat de Barcelona i de l'Estat Espanyol.
5. Coneixement de la gestió i funcionament dels esdeveniments culturals i d'arts escèniques promoguts per institucions públiques.
6. 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.
7. Disposar de la infraestructura tecnològica necessària per assumir els requeriments dels serveis inclosos en aquest contracte.
8. Disponibilitat per a reunions periòdiques amb el Departament de Comunicació de l'ICUB per fer seguiment del procés i establir línies de treball i objectius.
9. Disponibilitat per assistir cada dia als concerts BAM per a la realització de còpies i fotografies dels concerts durant els dies de La Mercè i fer-ne difusió a les xarxes BAM immediata.

### **Calendari orientatiu**

A continuació s'indica un calendari orientatiu:

#### Juny

Recepció de materials (fotografies en jpg i vídeos curs) per part dels artistes, desenvolupament de l'estratègia digital a xarxes socials BAM i preparació de continguts

#### Juliol

Roda de premsa de presentació de cartell, autoria cartell, pregoner/a, espectacles vinculats a la ciutat convidada (Manchester). Sortida web/app (Mercè) amb continguts presentats públicament.

Roda de premsa de presentació dels espectacles de música  
Sortida web/app (Mercè i BAM) amb continguts presentats públicament

#### Finals Agost

Inici de la campanya genèrica de publicitat

#### Setembre

Roda de premsa de Mercè resta de festivals culturals i sortida web /app  
Mercè amb tots els espectacles.  
Celebació de La Mercè entorn al 24 de setembre

#### Octubre – Desembre

Anàlisi d'indicadors dels dies de La Mercè  
Manteniment informatiu de les xarxes socials BAM



## **Objectius de comunicació**

- Difusió pública de la programació del Festival BAM de La Mercè
- Informar dels diferents concerts, escenaris i horaris específics de la programació
- Despertar interès per assistir als concerts del Festival BAM
- Generar notorietat a la celebració de La Mercè
- Vincular el Festival BAM amb La Mercè
- Garantir la coherència de relat de tota l'oferta del Festival BAM
- Fomentar una comunicació específica a públics
- Generar tràfic al web i a l'app de La Mercè
- Coordinació amb els grups programats al Festival BAM

## **Públics**

- Públic jove
- Ciutadania en general

## **Preu**

El contracte és a preu global.

## **LLOC DE REALITZACIÓ DE LA PRESTACIÓ**

La prestació s'ha de realitzar en la pròpia seu de l'empresa adjudicatària i als espais on tenen lloc les activitats a la via pública o instal·lacions de La Mercè.

## **INICI DE LES PRESTACIONS I TERMINI D'EXECUCIÓ**

La prestació s'iniciarà a partir de l'endemà de la data d'adjudicació.

Es preveu una durada de 7 mesos: juny, juliol, agost, setembre, octubre, novembre i desembre.

La dedicació estimada per mesos és:

- Juny: baixa
- Juliol: Alta
- Agost: Mitja
- Setembre: Alta
- Octubre: baixa
- Novembre: baixa
- Desembre: baixa

## **CRITERIS D'ADJUDICACIÓ**

El preu

Es considerarà baixa temerària una diferència 10% per sota la mitjana de les ofertes, o en el cas d'un únic licitador, del 15% respecte el pressupost net de licitació

L'adjudicació pressupostaria serà per l'import total de licitació.

L'ICUB no resta obligat a exhaurir el pressupost assignat de l'expedient, considerant que el preu final es determina en funció de les necessitats de l'Administració i aplicant els preus unitaris corresponents.

Es considerarà baixa temerària una diferència 10% per sota la mitjana de les ofertes, o en el cas d'un únic licitador, del 15% respecte el pressupost net de licitació

### **RESPONSABLE DEL CONTRACTE**

Com a responsable del contracte es designa En/Na Laura Bayo.

### **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.

**\*Nota: Recordar a les empreses ofertants que el termini de presentació de les ofertes serà de 5 dies hàbils des de la publicació de la licitació al Portal de Contractació Electrònica de l'Ajuntament de Barcelona (<https://licitacions.bcn.cat/>)**

### **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.